



**TINGKAT KEPUASAN NASABAH TERHADAP PELAYANAN  
*FRONTLINER* PADA BANK SYARIAH MANDIRI KANTOR  
CABANG CIPUTAT TANGERANG SELATAN**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Studi  
Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen Perbankan Syariah**

**Disusun oleh:**

**Nama : Tara Refalda**

**NPM : 2016570009**

**FAKULTAS AGAMA ISLAM  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA  
1441 H/2020 M**

## LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Tara Refalda  
NPM : 2016570009  
Program Studi : Manajemen Perbankan Syariah  
Fakultas : Fakultas Agama Islam  
Judul Skripsi : Tingkat Kepuasan Nasabah terhadap Pelayanan *Frontliner*  
pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Ciputat  
Tangerang Selatan

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi berjudul di atas secara keseluruhan adalah hasil penelitian saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang menjadi sumber rujukan. Apabila ternyata di kemudian 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.

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

Jakarta, 12 Rajab 1441 H  
07 Maret 2020 M

Yang Menyatakan,



Tara Refalda

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang berjudul **“Tingkat Kepuasan Nasabah terhadap Pelayanan *Frontliner* pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Ciputat Tangerang Selatan”** yang disusun oleh **Tara Refalda, Nomor Pokok Mahasiswa : 2016570009** Program Studi Manajemen Perbankan Syariah disetujui untuk diajukan pada Sidang Skripsi Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta.

Jakarta, 22 Februari 2020

Pembimbing,



Dra. Romlah Gani, M.Pd.

## LEMBAR PENGESAHAN PANITIA UJIAN SKRIPSI






Skripsi yang berjudul : “**Tingkat Kepuasan Nasabah terhadap Pelayanan Frontliner pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Ciputat Tengerang Selatan**” yang disusun oleh : **Tara Refalda**, Nomor Pokok Mahasiswa: **2016570009**. Telah diajukan pada hari/tanggal: Jumat, 06 Maret 2020. Telah diterima dan disahkan dalam sidang skripsi (munaqasah) 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		19-03-2020
<u>Drs. Tajudin, M.A.</u> Sekretaris		16-03-2020
<u>Dra. Romlah Gani, M.Pd.</u> Dosen Pembimbing		16-03-2020
<u>Drs. Tajudin, M.A.</u> Penguji I		16-03-2020
<u>Dr. Risdianto, S.HI, MH.</u> Penguji II		17-03-2020

## **FAKULTAS AGAMA ISLAM**

Program Studi Manajemen Perbankan Syariah

Skripsi, 24 Februari 2020

**Tara Refalda**

2016570009

Tingkat Kepuasan Nasabah terhadap Pelayanan *Frontliner* Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Ciputat Tangerang Selatan

xiii + 101 halaman + 13 tabel + 2 gambar + 11 lampiran

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan *frontliner* pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Ciputat.

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif dengan metode survei. Populasi target penelitian ini adalah nasabah produk simpanan tabungan setor tunai dan tarik tunai yang aktif melakukan transaksi sebulan terakhir pada 3 *teller* di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Ciputat berjumlah 1800. Populasi terjangkau/kerangka sampel adalah nasabah produk simpanan tabungan setor tunai dan tarik tunai yang melakukan transaksi sebulan terakhir pada 1 *teller* di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Ciputat berjumlah 600. Sampel penelitian berjumlah 221. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, observasi dan dokumentasi. Validasi instrumen menggunakan korelasi *product moment* dan *alpha chronbach*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan *frontliner* adalah tinggi sebesar 72,4%. Persentase kontribusi tiap dimensi terhadap tingkat kepuasan nasabah pelayanan *frontliner*, yaitu kualitas layanan 85,52%, kualitas produk 56,57%, faktor emosional 67,88%, dan kemudahan 71,04%. Kontribusi tertinggi terhadap tingkat kepuasan nasabah pelayanan *frontliner* adalah dimensi kualitas layanan dan kontribusi terendah terhadap tingkat kepuasan nasabah pelayanan *frontliner* adalah dimensi kualitas produk. Sedangkan berdasarkan rerata tiap dimensi mengenai tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan *frontliner*, yaitu dimensi kualitas layanan 44,68, kualitas produk 25,95, faktor emosional 27,86, dan kemudahan 23,98. Kontribusi tertinggi terhadap tingkat kepuasan nasabah pelayanan *frontliner* tetap pada dimensi kualitas layanan dan kontribusi terendah terhadap tingkat kepuasan nasabah pelayanan *frontliner* adalah dimensi kemudahan.

Kata Kunci: *Kepuasan Nasabah, Pelayanan Frontliner.*

## PEDOMAN TRANSLITERASI

1. Konsonan:			
ء	,	ط	TH
ب	B	ظ	ZH
ت	T	ع	'
ث	TS	غ	GH
ج	J	ف	F
ح	<u>H</u>	ق	Q
خ	KH	ك	K
د	D	ل	L
ذ	DZ	م	M
ر	R	ن	N
ز	Z	و	W
س	S	ه	H
ش	SY	ي	Y
ص	SH	ة	H
ض	DL		

2. Vokal Pendek		3. Vokal Panjang	
ا	A	آ	Â
ي	I	ي	Î
و	U	و	Û

4. Diftong		5. Pembauran	
او	Au	ال	al- ...
اي	Ai	الش	al-sy ...
		وال	wa al- ...

## **KATA PENGANTAR**

Alhamdulillah, dengan mengucapkan puji dan syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya.

Skripsi ini ditulis dalam upaya memenuhi salah satu tugas akhir dalam memperoleh gelar Strata Satu (S1) pada Program Studi Manajemen Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta, tahun 2020.

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

1. Prof. Dr. H. Syaiful Bakhri, S.H., M.H., Rektor Universitas Muhammadiyah Jakarta.
2. Rini Fatma Kartika, S.Ag., M.H., Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta.
3. Drs. Tajudin, M.A., selaku Wakil Dekan I, Asep Supyadillah, M.Ag., selaku Wakil Dekan II, Nurhadi, M.A., selaku Wakil Dekan III.
4. Dr, Nurhidayat, M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Perbankan Syariah Universitas Muhammadiyah Jakarta.
5. Dra. Romlah Gani, M.Pd., Dosen Pembimbing Skripsi, yang telah memberikan waktu, tenaga, ide dan pikirannya selama proses bimbingan.

6. Kedua orang tua, Ayahanda Sumardi dan Ibunda Turinah yang telah banyak memberikan do'a, kasih sayang, cinta, kesabaran, nasihat, dukungan, semangat dan motivasi baik moril maupun materil yang selalu saya terima.
7. Para karyawan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Ciputat Tangerang Selatan yang telah memberikan izin tempat penelitian dan memberi dukungan data.
8. Para nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Ciputat Tangerang Selatan, yang telah menjadi responden penelitian.
9. Kepada saudara Miftah Farij yang senantiasa memberikan dukungan moril maupun materil yang sangat membantu saya selama proses penelitian ini.
10. Kepada seluruh teman-teman yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, yang selalu mendukung serta menyemangati dan mendo'akan selama pembuatan skripsi ini, serta telah membantu dan menyumbangkan idenya dalam pembuatan skripsi ini, sehingga dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Khususnya kepada teman-teman seperjuangan Manajemen Perbankan Syariah A angkatan 2016.

Penulis menyadari masih terdapat banyak kekurangan dalam penyusunan Skripsi ini serta masih jauh dari kata sempurna. Hal ini disebabkan oleh terbatasnya kemampuan dan pengetahuan penulis, namun demikian diharapkan karya yang sederhana ini dapat memberikan banyak manfaat. Aamiin.

Jakarta, 22 Februari 2020

Penulis



## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	i
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	ii
<b>LEMBAR PENGESAHAN PANITIA UJIAN SKRIPSI</b> .....	iii
<b>ABSTRAK</b> .....	iv
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiii

### **BAB I PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	10
C. Pembatasan Masalah .....	10
D. Perumusan Masalah .....	11
E. Tujuan Penelitian .....	11
F. Kegunaan Penelitian .....	11
G. Sistematika Penulisan .....	12

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

A. Landasan Teoritis .....	13
1. Kepuasan Nasabah .....	13
a. Pengertian Kepuasan Nasabah .....	13
b. Prinsip Kepuasan Nasabah .....	18

c. Dimensi Kepuasan Nasabah .....	19
d. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah .....	25
2. Layanan <i>Frontliner</i> .....	26
a. Pengertian Pelayanan .....	26
b. <i>Frontliner</i> .....	28
3. Bank Syariah .....	34
a. Pengertian Bank Syariah.....	34
b. Asas-asas Perbankan Syariah.....	36
c. Fungsi Utama Bank Syariah .....	38
B. Hasil Penelitan yang Relevan.....	40
C. Kerangka Berpikir .....	44

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

A. Tujuan Operasional Penelitian .....	46
B. Tempat dan Waktu Penelitian .....	46
1. Tempat Penelitian .....	46
2. Waktu Penelitian .....	46
C. Metode Penelitian.....	47
D. Populasi dan Sampel Penelitian .....	49
1. Populasi .....	49
2. Sampel .....	49
E. Teknik Pengumpula Data.....	50
1. Kuesioner.....	50
2. Observasi .....	50
3. Dokumentasi.....	51
F. Instrumen Penelitian.....	51
1. Definisi Konseptual .....	51
2. Definisi Operasional.....	52
3. Kisi-kisi Instrumen .....	52
G. Validasi Instrumen .....	54

1. Uji Validitas.....	54
2. Uji Reliabilitas.....	59
H. Teknik Analisis Data .....	60

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

A. Deskripsi Data.....	61
1. Sejarah dan Kegiatan Operasional PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Ciputat Tangerang Selatan .....	61
2. Produk Layanan dan Jasa Bank Syariah Mandiri .....	65
3. Visi Misi Bank Syariah Mandiri.....	73
4. Budaya Bank Syariah Mandiri .....	74
5. Struktur Organisasi.....	75
6. Karakteristik Responden.....	84
7. Deskripsi Data Tingkat Kepuasan Nasabah terhadap Pelayanan <i>Frontliner</i> .....	89
B. Pembahasan Hasil Penelitian .....	94

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

A. Kesimpulan .....	96
B. Saran.....	97

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Jadwal Kegiatan Penelitian Tingkat Kepuasan Nasabah terhadap Pelayanan <i>Frontliner</i> .....	47
Tabel 3.2	Kisi-kisi Instrumen Penelitian Tingkat Kepuasan Nasabah terhadap Pelayanan <i>Frontliner</i> .....	53
Tabel 3.3	Instrumen Hasil Uji Coba .....	56
Tabel 3.4	Validitas Setelah Uji Coba .....	58
Tabel 4.1	Distribusi Responden Menurut Usia .....	85
Tabel 4.2	Distribusi Responden Menurut Pendidikan Terakhir .....	86
Tabel 4.3	Distribusi Responden Menurut Status Pernikahan .....	86
Tabel 4.4	Distribusi Responden Menurut Pekerjaan .....	87
Tabel 4.5	Distribusi Responden Menurut Penghasilan Perbulan .....	88
Tabel 4.6	Distribusi Data Penelitian Tingkat Kepuasan Nasabah terhadap Pelayanan <i>Frontliner</i> .....	89
Tabel 4.7	Distribusi Frekuensi Tingkat Kepuasan Nasabah terhadap Pelayanan <i>Frontliner</i> .....	91
Tabel 4.8	Distribusi Responden Berdasarkan Kategori Tingkat Kepuasan Nasabah terhadap Pelayanan <i>Frontliner</i> .....	92
Tabel 4.9	Distribusi Kategori Tingkat Kepuasan Nasabah terhadap Pelayanan <i>Frontliner</i> .....	93

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Model Kerangka Berpikir Tingkat Kepuasan Nasabah terhadap Pelayanan <i>Frontliner</i> .....	45
Gambar 4.1	Struktur Organisasi PT. BSM.....	76

## DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Bimbingan Penelitian
2. Surat Pemohonan Penelitian
3. Surat Keterangan Penelitian
4. Lembar Konsultasi Bimbingan Skripsi
5. Instrumen Penelitian Uji Coba
6. Instrumen Penelitian Setelah Uji Coba
7. Tabel Issac dan Michael Populasi dan Sampel
8. Tabel Korelasi *Product Moment*
9. Rumus Sturges Menentukan Tabel Distribusi Frekuensi
10. Parameter Statistik
11. Riwayat Hidup

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

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

Indonesia merupakan Negara berpenduduk mayoritas muslim terbesar di dunia. Oleh karena itu Indonesia merupakan pasar yang sangat potensial bagi Bank maupun Lembaga Keuangan Syariah (LKS) untuk menjaring nasabah khususnya yang beragama Islam.

Di Indonesia sistem perbankan syariah digulirkan pada pertengahan tahun 1990-an sehingga beberapa Lembaga Keuangan Syariah (LKS) tumbuh dan berkembang dengan pesat. Lembaga Keuangan Syariah mempunyai kedudukan yang sangat penting sebagai lembaga ekonomi berbasis syariah di tengah proses pembangunan nasional. Berdirinya LKS merupakan implementasi dari pemahaman umat Islam terhadap prinsip-prinsip muamalat hukum Ekonomi Islam, selanjutnya direpresentasikan dalam bentuk peranan Ekonomi Islam.<sup>1</sup>

Undang-undang Perbankan Syariah No. 21 tahun 2008 menyatakan bahwa 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>2</sup> Bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha

---

<sup>1</sup> Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), h. 2.

<sup>2</sup> Abdul Ghofur Anshori, *Hukum Perbankan Syariah*, (Bandung: PT Refika Aditama, 2013), h. 124.

Syariah (UUS), dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Bank syariah merupakan bank yang dalam sistem operasionalnya tidak menggunakan sistem bunga, akan tetapi menggunakan prinsip dasar sesuai dengan syariah islam yaitu konsep imbalan sesuai dengan akad yang diperjanjikan.<sup>3</sup> Secara umum, Perbankan syariah adalah sebuah lembaga yang melaksanakan tiga fungsi utama dalam menjalankan sistem operasionalnya antara lain menerima simpanan, menyalurkan dana, dan memberikan jasa-jasa keuangan, maka dari itu, bank disebut juga sebagai lembaga intermediasi artinya bank sebagai lembaga perantara antara pihak yang kelebihan dana/uang dengan pihak yang kekurangan dana.

Saat ini, persaingan antar perbankan syariah sangat kompetitif, baik di pasar nasional maupun dalam pasar global. Hal ini merupakan suatu tantangan yang harus dihadapi dan ditangani oleh bank syariah untuk dapat memberikan kontribusi dalam pembangunan bangsa melalui pemberdayaan ekonomi umat. Banyaknya Bank Syariah yang didirikan pada akhirnya menyebabkan konsumen memiliki banyak pilihan produk Bank Syariah yang ditawarkan. Dalam kondisi seperti itu, bank syariah dituntut untuk dapat memberikan yang terbaik kepada nasabah untuk tetap bertahan dengan bank-bank lain yang ada di Indonesia.

Salah satu cara untuk merebut perhatian nasabah dan membentuk anggapan produk yang baik kepada nasabah adalah dengan melakukan strategi pelayanan nasabah. Demikian pula dengan bisnis perbankan, yang

---

<sup>3</sup> Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2011), h. 26.



merupakan bisnis berdasarkan asas kepercayaan, masalah kualitas pelayanan menjadi faktor yang sangat penting dalam menentukan keberhasilan ini. Karena berhasil atau tidaknya suatu bisnis perbankan bergantung pada kepuasan nasabahnya, Nilai dalam perbankan bagi nasabah adalah kemudahan bertransaksi.<sup>4</sup>

Konsep Islam mengajarkan bahwa dalam memberikan layanan dari usaha yang dijalankan baik berupa barang atau jasa jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas, melainkan yang berkualitas kepada orang lain. Hal ini dinyatakan dalam al-Qur'an surat al-Baqarah [2] ayat 267 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ  
مِنَ الْأَرْضِ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِأَخِيهِ إِلَّا أَنْ  
تُعْمِضُوا فِيهِ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ عَنِّي حَمِيدٌ

Artinya:

*“Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan 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>5</sup>

Tujuan dari suatu bisnis pada dasarnya adalah untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Setiap orang atau organisasi (perusahaan) selalu berhubungan dengan pelanggan internal dan eksternal demi terciptanya

---

<sup>4</sup> Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2008), h. 149.

<sup>5</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung: PT Syaamil Cipta Media, 2005), h. 45.

kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, diantaranya adalah kualitas produk, kualitas pelayanan atau jasa, faktor emosional dan kemudahan.<sup>6</sup>

Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian pelanggan terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat layanan yang diharapkan. Kepuasan nasabah dalam bidang jasa merupakan elemen penting dan menentukan dalam menumbuh kembangkan perusahaan agar tetap eksis dalam menghadapi persaingan. Dalam perbankan masalah kualitas layanan menjadi faktor penting dalam menentukan keberhasilan bisnis ini, bank syariah khususnya telah menjadi tempat untuk menghimpun dan menyalurkan dana bagi masyarakat yang mempunyai misi berlandaskan keadilan, kejujuran, kemanfaatan, kebersamaan, yang sesuai dengan syariah.<sup>7</sup> Dimana indikator dari kualitas pelayanan meliputi bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati.<sup>8</sup>

Hal tersebut juga terjadi pada Bank Syariah Mandiri, kualitas pelayanan merupakan hal penting yang perlu diperhatikan terutama dengan posisi sebagai *frontline staff* adalah sumber daya manusia yang dimiliki bank sebagai ujung tombak perusahaan dan sangat berperan dalam melayani nasabah seperti *Teller*, *Customer Service* dan *Security*. Bank Syariah Mandiri sebagai salah satu lembaga kepercayaan masyarakat harus mampu

---

<sup>6</sup> Jaka Atmaja, "Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Pada Bank BJB", dalam *Jurnal Ecodemica*, Vol. 2, No.1, 2018, h. 51.

<sup>7</sup> Andri Soemitra, *Bank & Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2009), h. 25.

<sup>8</sup> Amrullah, "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda", dalam *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, Vol. 13, No. 2, 2016, h. 102.

memberikan pelayanan yang berkualitas untuk memberikan kepuasan bagi nasabahnya. Oleh karena itu, program penyempurnaan pelayanan pada umumnya akan meningkatkan profitabilitas, perbaikan pelayanan merupakan komitmen total dari petugas bank, karyawan harus bekerja selaku *team work* untuk memuaskan nasabah.<sup>9</sup>

Suatu produk berkualitas apabila dapat memberi kepuasan sepenuhnya kepada konsumen, yaitu sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen atas suatu produk. Selera atau harapan konsumen selalu berubah, sehingga kualitas pelayanan juga harus berubah atau disesuaikan. Dengan perubahan kualitas pelayanan tersebut, diperlukan perubahan atau peningkatan dalam keterampilan tenaga kerja, perubahan proses pelayanan yang lebih baik serta perubahan lingkungan perusahaan agar dapat memenuhi atau melebihi harapan konsumen. Kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan juga merupakan fokus utama saat ini dalam suatu perusahaan.<sup>10</sup>

Ketatnya persaingan antar perbankan yang menerapkan prinsip-prinsip syariah, maka muncul banyak tantangan bagi bank untuk dapat memberi kepuasan pelayanan terbaik dalam produk maupun jasa yang ditawarkan kepada nasabah. Kini semakin disadari bahwa pelayanan dan kepuasan pelanggan merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan

---

<sup>9</sup> Prawiro Sentono, *Manajemen Operasi: Analisis dan Studi Kasus*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2000), h. 308.

<sup>10</sup> M. Nur Nasution, *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Manajemen)*, (Bojongkerta: Ghalia Indonesia, 2005), h. 3.

memenangkan persaingan, sehingga masyarakat percaya dalam memilih pengelolaan keuangan kepada bank yang nyaman, mudah dan aman.<sup>11</sup>

Untuk menghadapi persaingan antar lembaga perbankan dalam mempertahankan dan meningkatkan kepuasan nasabah, bank perlu menjaga citra positif dimata masyarakat. Dalam mempertahankan citra ini dapat dibangun melalui kualitas produk, kualitas pelayanan, dan ketertiban keamanan. Untuk meningkatkan citra perbankan maka perlu menyiapkan karyawan yang mampu menangani kebutuhan nasabahnya. Layanan dapat diartikan sebagai jasa atau *service* yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramah-tamahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan dari karyawan sehingga meningkatkan kepuasan nasabah.<sup>12</sup>

Dalam layanan pada suatu bank, penanganan komplain nasabah menjadi salah satu kunci utama suatu bank untuk tumbuh dan berkembang. Jika penanganan komplain nasabah buruk, maka akan mengakibatkan beberapa dampak yang merugikan suatu bank, diantaranya adalah hilangnya kepercayaan terhadap penjual/perusahaan dan produk yang dijual, nasabah akan menceritakan kekecewaannya kepada nasabah yang lain, penjual/perusahaan akan kehilangan kesempatan untuk mendapatkan nasabah baru, citra perusahaan menjadi buruk serta berdampak pada hancurnya *brand image* produk atau jasa yang dijual, dan hasil akhirnya perusahaan kehilangan *revenue* atau penghasilan akibat banyak nasabah yang beralih memilih produk

---

<sup>11</sup> Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*, (Yogyakarta: Andi, 2004), h. 145.

<sup>12</sup> Jaka Atmaja, "Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Pada Bank BJB", dalam *Jurnal Ecodemica*, Vol. 2, No.1, 2018, h. 50.

dan jasa lainnya. Menurut penelitian Evi Oktaviani Satriyanti, penanganan komplain nasabah juga berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada bank yang dipilihnya sehingga meningkatkan perolehan profit di bank tersebut.<sup>13</sup>

Bank Syariah Mandiri dalam penanganan komplain nasabah sering kali kurang memenuhi harapan nasabah terutama pada *teller* dan CS yang kurang memahami prosedur yang ada di Bank Syariah Mandiri sehingga banyak nasabah yang mengeluh karena informasi yang disampaikan tidak memuaskan nasabah. Akibat penyampaian yang kurang bagus tersebut maka tidak segan-segan ada nasabah yang ingin menutup rekening nya di Bank Syariah Mandiri dan ada nasabah yang membanding-bandingkan antara Bank Syariah Mandiri dengan Bank yang lain.

Bagi nasabah, pelayanan yang bermutu sangat penting, melihat perkembangan lembaga keuangan saat ini, banyak diantaranya hanya menonjolkan pelayanan pada aspek tertentu saja dengan mengabaikan dimensi pelayanan yang lain. Misalnya, sering dijumpai bank yang tidak memiliki tempat parkir yang memadai bahkan tempat parkirnya mengambil sebagian jalan raya, sehingga para nasabah kurang nyaman ketika masuk ke bank karena khawatir akan kerusakan/kehilangan kendaraannya. Dari hal sederhana tersebut apabila tidak segera diatasi dapat mempengaruhi tingkat kepercayaan nasabah terhadap bank tersebut.<sup>14</sup>

---

<sup>13</sup> Evi Oktaviani Satriyanti, "Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Nasabah dan Citra Bank Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Muamalat di Surabaya", dalam *Journal of Business and Banking*, Vol. 2, No. 2, 2012, h. 174.

<sup>14</sup> Muhammad Tho'in, "Pengaruh Faktor-faktor Kualitas Jasa terhadap Kepuasan Nasabah di Baitul Mal Wat Tamwil (BMT) Tekun Karanggede Boyolali", dalam *Muqtasid Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, Vol. 2, No. 1, 2011, h. 75.

Selain itu, terdapat nasabah yang mengeluh tentang antrian yang lama, padahal menurut Standar Operasional Prosedur (SOP) pada Bank Syariah Mandiri ketika di *frontliner* khususnya pada *teller*, waktu pelayanan setoran tunai ditetapkan 90 detik, tarik tunai dan transfer ditetapkan 120 detik. Sementara pada *customer service* waktu yang digunakan untuk pembukaan rekening selama 25 menit.<sup>15</sup> Hal ini menyebabkan para nasabah mengeluh mengenai antrian dan membuat nasabah merasa bosan. Sekalipun antrian di *teller* tidak banyak nasabah yang mengeluhkan, namun ketika dalam satu hari banyak nasabah yang memerlukan transaksi pada *teller* ataupun pelayanan CS, maka dibutuhkan kecepatan waktu sehingga tidak mengganggu nasabah lain yang ingin mendapatkan informasi mengenai produk pada Bank Syariah Mandiri ataupun masalah lainnya.

Di sisi lain perbedaan karakter nasabah yang kurang memahami SOP pada bank dapat mengganggu pelayanan nasabah lain. Dalam hal ini dibutuhkan komunikasi dan sikap yang profesional dari karyawan, sehingga dapat menimbulkan kepercayaan terhadap para pihak yang merupakan prioritas utama dari penerapan pelayanan yang prima. Permasalahan lain ditemukan masih adanya pelayanan pada *counter teller* atau CS yang tidak dibuka (tutup) di saat nasabah pada hari itu meningkat dan membutuhkan pelayanan yang cepat.

Kesesuaian harapan dan kenyataan yang dapat dirasakan pelanggan atas kinerja produk yang dihasilkan bisa mempengaruhi emosional pelanggan

---

<sup>15</sup> Ayu Wulandari, *Teller* di Bank Syariah Mandiri Cabang Ciputat, *Wawancara Pribadi*, Ciputat, 3 Desember 2019.

yang meliputi rasa senang, puas, kecewa, dan sedih jika layanan yang diberikan oleh penyedia jasa sesuai/tidak sesuai dengan harapan konsumen, maka emosional konsumen akan terbentuk dengan sendirinya. Kepuasan emosional yang didapatkan pelanggan dapat meningkatkan kualitas hubungan dan loyalitas pelanggan terhadap perusahaan.

Bank berusaha lebih dekat dengan konsumen melalui berbagai macam pendekatan misalnya berbagai macam produk, layanan, promosi, suku bunga yang menarik, hadiah, dan membuka cabang/unit baru yang letaknya mudah dijangkau masyarakat. Pada sisi lain, kurangnya informasi dan promosi yang memadai mengenai produk bank, dapat menimbulkan penyimpangan-penyimpangan kegiatan usaha perbankan yang dapat merugikan nasabah dan memungkinkan calon konsumen tidak tertarik pada produk di bank tersebut. Sehingga diperlukan adanya transparansi informasi mengenai produk bank untuk meningkatkan *good governance* di sektor perbankan.

Tujuan dari adanya pelayanan dan kepuasan nasabah adalah untuk menarik minat nasabah dalam menggunakan jasa bank syariah. Asset bank syariah sangat kecil nilainya tanpa keberadaan nasabah, karena itu tugas utama bank syariah yaitu mempertahankan nasabah. Nasabah ditarik dengan tawaran yang lebih kompetitif dan dipertahankan dengan memberi kepuasan.

Berdasarkan permasalahan di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan *frontliner* pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Ciputat Tangerang Selatan.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Masih rendahnya tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan *frontliner* pada bank syariah.
2. Banyak nasabah yang mengeluh karena lamanya antrian ketika di *frontliner*.
3. Buruknya penanganan komplain karyawan kepada nasabah sehingga menurunnya tingkat kepuasan nasabah.
4. Buruknya komunikasi karyawan kepada nasabah sehingga tingkat kepuasan nasabah menurun.
5. Kurangnya informasi tentang produk bank syariah.
6. Perbedaan karakter nasabah yang kurang memahami SOP pada bank syariah diperlukan kompetensi khusus dari karyawan.
7. Masih adanya *counter teller* dan CS yang ditutup di saat nasabah meningkat dan dibutuhkan pelayanan yang cepat.

## **C. Pembatasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, masalah penelitian ini dibatasi kepada tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan *frontliner* pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Ciputat Tangerang Selatan yang meliputi: kualitas layanan, kualitas produk, faktor emosional, dan kemudahan. Sedangkan *frontliner* dibatasi kepada *teller* saja mengingat SOP pada layanan



*teller* dan CS berbeda maka nasabah dibatasi kepada nasabah produk simpanan tabungan pada saat setor tunai dan tarik tunai.

#### **D. Perumusan Masalah**

Berdasarkan pembatasan masalah di atas, maka dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Seberapa tinggi tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan *frontliner* pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Ciputat Tangerang Selatan?
2. Berapa persen kontribusi dimensi kualitas layanan, kualitas produk, faktor emosional, dan kemudahan terhadap tingkat kepuasan nasabah ?

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

Secara umum tujuan penelitian ini untuk mengetahui tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan *frontliner* pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Ciputat Tangerang Selatan.

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

Hasil penelitian ini berguna baik secara teoritik maupun praktik meliputi:

1. Kegunaan Teoritik

Secara teoritik hasil penelitian ini berguna bagi Universitas Muhammadiyah Jakarta sebagai tambahan informasi, wawasan, bahan referensi dalam mengembangkan keilmuan mengenai perbankan syariah khususnya bagaimana meningkatkan kepuasan nasabah melalui pelayanan *frontliner*.

## 2. Kegunaan Praktik

Secara praktik hasil penelitian ini berguna bagi perusahaan sebagai tambahan informasi dalam mengembangkan pengambilan keputusan untuk meningkatkan kualitas pelayanan khususnya meningkatkan kepuasan nasabah melalui pelayanan *frontliner*.

## G. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah dan memperoleh gambaran mengenai pembahasan masalah yang sistematis dalam skripsi ini, maka penulis menyajikan ke dalam lima bab yang saling berhubungan satu dengan yang lain sebagai berikut:

BAB I: Pendahuluan berisi tujuh sub bab, yaitu latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II: Landasan teoritik dan kerangka berpikir berisi tiga sub bab yaitu, landasan teori, hasil penelitian yang relevan dan kerangka berfikir.

BAB III: Metodologi penelitian mencakup tujuan operasional penelitian, tempat dan waktu penelitian, metode penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian, validasi instrumen dan teknik analisis data.

BAB IV: Menjelaskan mengenai hasil penelitian dan pembahasan.

BAB V: Kesimpulan dan Saran, pada bab ini menjelaskan kesimpulan dari pembahasan dan saran-saran yang diharapkan dapat bermanfaat dan menjadi bahan masukan yang berharga bagi pihak-pihak yang berkepentingan untuk penelitian selanjutnya.

## BAB II

### LANDASAN TEORITIS DAN KERANGKA BERPIKIR

#### A. Landasan Teoritis

##### 1. Kepuasan Nasabah

###### a. Pengertian Kepuasan Nasabah

Dalam dunia perbankan syariah yang dimaksud dengan nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa Bank Syariah dan/atau Unit Usaha Syariah (UUS). Sedangkan nasabah penyimpan adalah nasabah yang menempatkan dananya di Bank Syariah dan/atau UUS dalam bentuk simpanan berdasarkan akad antara Bank Syariah atau UUS dan Nasabah yang bersangkutan.<sup>16</sup>

Nasabah adalah orang atau badan hukum yang mempunyai rekening baik rekening simpanan atau pinjaman pada pihak bank. Sehingga nasabah merupakan orang yang biasa berhubungan atau menjadi pelanggan bank.<sup>17</sup>

Menurut Rambat (dalam Tri Astuti) nasabah adalah seseorang yang secara *continue* dan berulang datang ke bank untuk memuaskan keinginannya dengan memiliki suatu produk atau mendapatkan suatu jasa dan membayar produk/jasa tersebut.<sup>18</sup>

---

<sup>16</sup> Undang-undang No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah.

<sup>17</sup> M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta 2010), h. 189.

<sup>18</sup> Tri Astuti, *Kualitas Pelayanan Nasabah*, (Yogyakarta: Sleman, 2010), h. 30.

Menurut Kasmir (dalam Sonny Koeswara) menyatakan bahwa nasabah adalah konsumen yang membeli atau menggunakan produk yang dijual atau ditawarkan oleh bank.<sup>19</sup>

Nasabah adalah pelanggan (*customer*) yaitu individu atau perusahaan yang mendapatkan manfaat atau produk dan jasa dari sebuah perusahaan perbankan, meliputi kegiatan pembelian, penyewaan, serta layanan jasa.<sup>20</sup>

Nasabah dalam hal ini berarti sama dengan Pelanggan ataupun Konsumen. Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa nasabah adalah orang yang berinteraksi di bank yaitu orang yang menggunakan produk/jasa bank.

Kata “Kepuasan” atau “*satisfaction*” berasal dari bahasa latin “*satis*” artinya cukup baik, memadai dan “*facio*” artinya melakukan atau membuat. Secara sederhana kepuasan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai. Namun, ditinjau dari perspektif perilaku konsumen, istilah kepuasan pelanggan lantas menjadi suatu yang kompleks. Bahkan, hingga saat ini belum dicapai kesepakatan atau konsensus mengenai konsep kepuasan pelanggan.<sup>21</sup>

---

<sup>19</sup> Sonny Koeswara dan Muslimah, “Analisis Besarnya pengaruh Kinerja Pelayanan (*Service Performance*) *Frontliner* dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah Prioritas PT. BCA”, dalam *Jurnal PASTI*, Vol.VIII, No.1, 2014, h. 3.

<sup>20</sup> Mislah Hayati Nasution, “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah terhadap *Internet Banking*”, dalam *Jurnal Nisbah*, Vol. 1, No. 1, 2015, h. 65.

<sup>21</sup> Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2014), h. 353.

Dalam konteks teori *consumer behavior*, kepuasan lebih banyak didefinisikan dari perspektif pengalaman konsumen setelah mengkonsumsi atau menggunakan suatu produk atau jasa. Kepuasan adalah respon pemenuhan dari konsumen. Kepuasan adalah hasil dari penilaian konsumen bahwa produk atau jasa pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan di mana tingkat pemenuhan ini bisa lebih atau kurang.<sup>22</sup>

Kepuasan atau ketidakpuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja produk yang riil/aktual dengan kinerja produk yang diharapkan.<sup>23</sup>

Menurut Mowen dan Minor (dalam Sudaryono), kepuasan konsumen didefinisikan sebagai keseluruhan sikap yang ditunjukkan konsumen atas barang dan jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya. Ini merupakan penilaian evaluatif pasca pemilihan yang disebabkan oleh seleksi pembelian khusus dan pengalaman menggunakan atau mengkonsumsi barang atau jasa tersebut.<sup>24</sup>

Menurut Brown (dalam Sudaryono) berpendapat bahwa kepuasan konsumen adalah suatu kondisi dimana kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen terhadap sebuah produk dan jasa. Konsumen yang

---

<sup>22</sup> Sudaryono, *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2016), h. 78.

<sup>23</sup> Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2013), h. 180.

<sup>24</sup> Sudaryono, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Pemasaran*, (Jakarta: Lentera Ilmu Cendikia, 2014), h. 48.

puas akan mengkonsumsi produk tersebut secara terus-menerus, mendorong konsumen akan loyal terhadap suatu produk dan jasa tersebut dan dengan senang hati mempromosikan produk dan jasa tersebut dari mulut ke mulut.<sup>25</sup>

Menurut Wells dan Prensky (dalam Sudaryono) kepuasan atau ketidakpuasan konsumen merupakan sikap konsumen terhadap suatu produk atau jasa sebagai hasil dari evaluasi konsumen setelah menggunakan sebuah produk atau jasa. Konsumen akan merasa puas jika pelayanan yang diberikan produk atau jasa menyenangkan hati.<sup>26</sup>

Kotler dan Keller (dalam Sudaryono) mengatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan konsumen, baik itu berupa kesenangan atau ketidakpuasan yang timbul dari membandingkan sebuah produk dengan harapan konsumen atas produk tersebut. Apabila penampilan produk yang diharapkan oleh konsumen tidak sesuai dengan kenyataannya maka dapat dipastikan konsumen akan merasa tidak puas dan apabila produk sesuai atau lebih baik dari yang diharapkan maka kepuasan atau kesenangan akan dirasakan konsumen.<sup>27</sup>

Menurut Kivertz dan Simonson (dalam Sangadji), kepuasan konsumen bisa menjalin hubungan yang harmonis antara produsen dan konsumen, menciptakan dasar yang baik bagi pembelian ulang serta terciptanya loyalitas konsumen, membentuk rekomendasi dari mulut ke

---

<sup>25</sup> Sudaryono, *Ibid.*, h. 48.

<sup>26</sup> Sudaryono, *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2016), h. 79.

<sup>27</sup> Sudaryono, *Ibid.*

mulut yang dapat menguntungkan perusahaan.<sup>28</sup> Sedangkan Day (dalam Tjiptono) menyatakan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian/diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.<sup>29</sup>

Ada lima tahap pascapembelian produk yang akan dilalui konsumen, yaitu 1) konsumsi produk, 2) perasaan puas atau tidak puas, 3) perilaku keluhan konsumen, 4) disposisi barang, dan 5) pembentukan kesetiaan merek.<sup>30</sup>

Produk dan layanan yang berkualitas sangat penting untuk membentuk kepuasan konsumen, semakin berkualitas produk dan layanan yang diberikan oleh perusahaan, semakin tinggi kepuasan yang dirasakan konsumen, selain itu untuk menciptakan keuntungan bagi perusahaan.

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa kepuasan nasabah adalah keseluruhan sikap, perasaan atau respon nasabah yang timbul berdasarkan hasil evaluasi terhadap produk atau jasa yang telah digunakan.

---

<sup>28</sup> Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2013), h. 182.

<sup>29</sup> Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*, (Yogyakarta: Andi, 2004), h. 146.

<sup>30</sup> Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *loc. cit.*

## **b. Pinsip Kepuasan Nasabah**

Menurut Handi Irawan (dalam Sudaryono) prinsip kepuasan pelanggan atau konsumen yang harus diperhatikan untuk merebut hati pelanggan agar memenangkan persaingan, yaitu: 1) memulai dengan percaya akan pentingnya kepuasan pelanggan, menanam kepuasan menuai laba, 2) memilih pelanggan dengan benar untuk membangun kepuasan pelanggan, pilihlah pelanggan anda baru dipuaskan, 3) memahami harapan pelanggan, mengontrol harapan, dan menggali harapan pelanggan adalah kunci, 4) mencari faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan anda: faktor-faktor pendorong, kepuasan dimulai dari pabrik, dimensi kualitas produk, dimensi kualitas pelayanan, 5) faktor emosional (estetika, *self expressive value* dan *brand personality*) adalah faktor penting yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, 6) pelanggan yang komplain (kepuasan melalui komplain, menangani keluhan dengan sistem, efektivitas penanganan komplain) adalah pelanggan yang loyal, 7) garansi kepada pelanggan adalah lompatan yang besar dalam kepuasan konsumen atau pelanggan, 8) mendengarkan suara pelanggan anda melalui: pengukuran kepuasan pelanggan dan memanfaatkan hasil riset kepuasan pelanggan, 9) peran karyawan (*empowerment* dan *teamwork*) sangat penting dalam upaya memuaskan konsumen atau pelanggan, 10) kepemimpinan (peran



pemimpin dalam kepuasan pelanggan, kultivasi kepemimpinan untuk kepuasan pelanggan) adalah teladan dalam kepuasan pelanggan.<sup>31</sup>

Dengan demikian jika Bank ingin merebut hati nasabah dan memenangkan persaingan yang sangat ketat saat ini, maka bank syariah harus memperhatikan beberapa prinsip kepuasan nasabah yang telah diuraikan di atas, sehingga antara nasabah dan bank syariah saling menjalin hubungan yang harmonis, kemudian menciptakan dasar yang baik bagi pembelian ulang serta membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut yang dapat menguntungkan bank syariah.

### **c. Dimensi Kepuasan Nasabah**

Pelanggan merasa puas bila harapannya terpenuhi atau akan sangat puas bila harapan pelanggan terlampaui. Menurut Irawan (dalam Anang Firmansyah), dimensi utama kepuasan pelanggan, yaitu: 1) Harga (*Price*), untuk pelanggan yang sensitif, biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapatkan *value for money* yang tinggi. Komponen harga ini relatif tidak penting bagi mereka yang tidak sensitif terhadap harga.<sup>32</sup> Menurut Kotler dan Armstrong (dalam Riyono) yang diterjemahkan oleh Sabran indikator harga yaitu: a) Keterjangkauan Harga, harga yang diberikan oleh perusahaan terhadap produk mereka dapat dijangkau oleh para konsumennya. Harga yang sesuai dan terjangkau tentunya akan menjadi

---

<sup>31</sup> Sudaryono, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Pemasaran*, (Jakarta: Lentera Ilmu Cendikia, 2014), h. 50.

<sup>32</sup> Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen Sikap dan Pemasaran*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018), h. 134.

pertimbangan konsumen untuk membeli produk mereka, b) Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk, harga yang diberikan oleh perusahaan terhadap produknya sesuai dengan kualitas produk yang mereka hasilkan, misalnya jika harganya tinggi maka kualitas produk yang diberikan pun memiliki kualitas yang tinggi sehingga konsumen pun merasa tidak keberatan jika membeli produk tersebut, c) Daya Saing Harga, dalam pasar perusahaan sebaiknya juga memperhatikan bahwa harga yang diberikan memiliki daya saing yang tinggi terhadap para kompetitornya. Jika harga yang diberikan terlampaui tinggi di atas harga para kompetitor maka produk tersebut tidak memiliki daya saing yang baik, d) Kesesuaian Harga dan Manfaat, manfaat produk yang dimiliki harus sesuai dengan harga yang diberikan oleh perusahaan terhadap produk mereka. Ada baiknya jika harga yang tinggi memiliki manfaat produk yang tinggi pula.<sup>33</sup> 2) Kualitas Layanan (*Service Quality*), kualitas layanan sangat tergantung dari tiga hal yaitu sistem, teknologi dan manusia. Kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan biasanya sulit ditiru karena pembentukan *attitude* dan *behaviour* yang seiring dengan keinginan perusahaan bukanlah pekerjaan mudah. Pembentukan harus dilakukan mulai dari proses *rekrutmen*, *training* dan budaya kerja.<sup>34</sup> Menurut Fandy Tjiptono (dalam Amrullah) indikator kualitas layanan meliputi: a) Bukti Fisik (*Tangibles*), berkenaan dengan fisik

---

<sup>33</sup> Riyono, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua di Kota Pati", dalam *Jurnal STIE Semarang*, Vol. 8, No. 2, 2016, h. 101.

<sup>34</sup> Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen Sikap dan Pemasaran*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018), h. 134.

fasilitas layanan, peralatan/perlengkapan, sumber daya manusia, dan materi komunikasi perusahaan. Seperti kebersihan dan kerapian kantor maupun staf dan penataan interior maupun exterior kantor, b) Keandalan (*Reliability*), berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk menyampaikan layanan yang dijanjikan secara akurat sejak pertama kali. Sebagai contoh kecepatan pelayanan dan pelayanan yang ramah serta selalu menolong, c) Daya Tanggap (*Response time*), berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan penyediaan layanan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka dengan segera. Seperti kemampuan perusahaan untuk cepat tanggap dalam menghadapi masalah yang timbul dan kemampuan perusahaan cepat tanggap terhadap keluhan yang disampaikan pelanggan, d) Jaminan (*Assurance*), berkenaan dengan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka dalam menumbuhkan rasa percaya dan keyakinan pelanggan. Seperti pengetahuan dan kecakapan staff baik karyawan maupun operasional dan melakukan komunikasi yang efektif dengan nasabah, e) Empati (*Empathy*), bahwa perusahaan memahami masalah para nasabah dan memberi tindakan demi kepentingan nasabah serta memberikan perhatian personal kepada para nasabah dan memiliki jam operasi yang nyaman seperti bertanggungjawab terhadap keamanan dan kenyamanan nasabah.<sup>35</sup> 3) Kualitas Produk (*Product Quality*), kualitas produk berperan penting

---

<sup>35</sup> Amrullah, "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda", dalam *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, Vol. 13, No. 2, 2016, h. 102.

untuk membentuk kepuasan konsumen, selain untuk menciptakan keuntungan bagi perusahaan. Semakin berkualitas produk yang diberikan oleh perusahaan, semakin tinggi kepuasan yang dirasakan oleh konsumen.<sup>36</sup> Menurut Fandy Tjiptono (dalam Amrullah), indikator kualitas produk meliputi: a) Kinerja (*Performance*), berhubungan dengan karakteristik operasi dasar dari sebuah produk, b) Daya Tahan (*Durability*), yang berarti berapa lama atau umur produk yang bersangkutan bertahan sebelum produk tersebut harus diganti. Semakin besar frekuensi pemakaian konsumen terhadap produk maka semakin besar pula daya produk. c) Fitur (*Features*), adalah karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau menambah ketertarikan konsumen terhadap produk, d) Reliabilitas (*Reliability*), adalah probabilitas bahwa produk akan bekerja dengan memuaskan atau tidak dalam periode waktu tertentu. Semakin kecil kemungkinan terjadinya kerusakan maka produk tersebut dapat diandalkan, e) Estetika (*Aesthetics*), berhubungan dengan bagaimana penampilan produk, misalnya: bentuk fisik, model, desain yang artistik, dan sebagainya, f) Kesan Kualitas (*Perceived Quality*), sering dibidang merupakan hasil dari penggunaan pengukuran yang dilakukan secara tidak langsung karena terdapat kemungkinan bahwa konsumen tidak mengerti atau kekurangan informasi atas produk yang bersangkutan, g) Kesesuaian dengan Spesifikasi (*Conformance to Specifications*), yaitu

---

<sup>36</sup> Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2013), h. 182.

sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya, h) *Serviceability*, meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, kemudahan direparasi, serta penanganan keluhan secara memuaskan.<sup>37</sup> 4) Faktor Emosional (*Emotional Factor*), ditunjukkan oleh konsumen atas kepuasan yang diperoleh mereka dalam menggunakan suatu produk/jasa yang menimbulkan rasa bangga dan rasa percaya diri.<sup>38</sup> Menurut Kusuma dan Suwitho (dalam Ekowati) indikator faktor emosional meliputi: a) Rasa Senang, b) Rasa Bangga, c) Rasa Percaya Diri, dan d) Rasa Nyaman seorang konsumen atas produk yang di belinya,<sup>39</sup> dan dimensi kepuasan pelanggan yang terakhir yaitu 5) Kemudahan (*Efficiency*), dalam memperoleh produk atau jasa tersebut dan kemudahan dalam pembayaran dapat membuat pelanggan akan semakin puas bila relatif mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan suatu produk atau pelayanan.<sup>40</sup> Menurut Davis (dalam Abdul) indikator kemudahan yaitu: a) Mudah dipelajari dan digunakan, b) Fleksibel, dan c) dapat mengontrol pekerjaan.<sup>41</sup>

---

<sup>37</sup> Amrullah, "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda", dalam *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, Vol. 13, No. 2, 2016, h. 103.

<sup>38</sup> Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen Sikap dan Pemasaran*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018), h. 134.

<sup>39</sup> Ekowati Sri Hariyati, "Pengaruh Ekuitas Merek, Faktor Emosional, dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada Pengguna Oppo Smartphone di Surakarta", dalam *Skripsi Institut Agama Islam Negeri Surakarta*, [www.eprints.iain-surakarta.ac.id](http://www.eprints.iain-surakarta.ac.id), h. 19 diakses 12 Januari 2020.

<sup>40</sup> Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen Sikap dan Pemasaran*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018), h. 134.

<sup>41</sup> Abdul Khakim, "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan dan Kelompok Referensi terhadap Penggunaan Alat Pembayaran menggunakan Kartu (APMK)", dalam *Skripsi*

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan dimensi kepuasan nasabah meliputi: harga, kualitas layanan, kualitas produk, faktor emosional, dan kemudahan, pada masing-masing dimensi tersebut memiliki beberapa indikator: harga memiliki empat indikator: keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, dan kesesuaian harga dan manfaat. Lalu kualitas layanan memiliki lima indikator: bukti fisik (*tangibles*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*response time*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*). Kemudian kualitas produk memiliki delapan indikator: kinerja (*performance*), daya tahan (*durability*), fitur (*features*), reliabilitas (*reliability*), estetika (*aesthetics*), kesan kualitas (*perceived quality*), kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specifications*), dan *serviceability*. Selanjutnya faktor emosional memiliki empat indikator: rasa senang, rasa bangga, rasa percaya diri, dan rasa nyaman. Sedangkan kemudahan memiliki tiga indikator: mudah dipelajari dan digunakan, fleksibel, dan dapat mengontrol pekerjaan.

#### **d. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah**

Kepuasan pelanggan juga sangat dipengaruhi oleh tingkat pelayanan. Menurut Moenir, agar layanan dapat memuaskan orang atau sekelompok orang yang dilayani, ada empat persyaratan pokok, yaitu: 1) tingkah laku yang sopan, 2) cara menyampaikan sesuatu yang berkaitan dengan apa yang seharusnya diterima oleh orang yang

bersangkutan, 3) waktu penyampaian yang tepat, dan 4) keramah tamahan.<sup>42</sup>

Faktor pendukung yang tidak kalah pentingnya dengan kepuasan diantaranya faktor kesadaran para pejabat atau petugas yang berkecimpung dalam pelayanan publik, faktor aturan yang menjadi landasan kerja pelayanan, faktor organisasi yang merupakan alat serta sistem yang memungkinkan berjalannya mekanisme kegiatan pelayanan, faktor pendapatan yang dapat memenuhi kebutuhan hidup minimum, faktor keterampilan petugas, dan faktor sarana dalam pelaksanaan tugas pelayanan.<sup>43</sup>

Dalam memberikan kepuasan kepada pelanggan hal pertama yang perlu dipahami adalah apa yang dibutuhkan oleh pelanggan. Kemudian harus memiliki kemampuan untuk memenuhi kebutuhan itu sebisa mungkin sehingga dapat dikembangkan menjadi sebuah daftar khusus mengenai kebutuhan pelanggan, misalnya: 1) tanggapan yang cepat, 2) pelayanan tepat pada waktunya, 3) sopan, 4) menepati janji, 5) memiliki pengetahuan yang luas, 6) memberikan nasihat dan konseling jika diperlukan, 7) teliti, dan 8) pelayanan prima yang konsisten.<sup>44</sup>

Dalam hal ini bank syariah perlu memperhatikan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Tujuannya adalah memuaskan sebanyak mungkin

---

<sup>42</sup> Susilawati, "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah Debitur pada PT. BTPN Purna Bakti Cabang Jambi", dalam *Smart Study & Management Research*, Vol. XIV, No. 3, 2017, h. 19.

<sup>43</sup> Pupung Pundenswari, "Analisa Pengaruh Kualitas Pelayanan Publik bidang Kesehatan terhadap Kepuasan Masyarakat", dalam *Jurnal Publik*, Vol. 11, No. 1, 2017, h. 20.

<sup>44</sup> Pupung Pundenswari, *Ibid.*

kebutuhan tersebut, sehingga akan menimbulkan persepsi positif bagi pelanggan.

## **2. Pelayanan *Frontliner***

### **a. Pengertian Pelayanan**

Kata pelayanan secara etimologis dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia mengandung arti “usaha melayani kebutuhan orang lain”. Pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan kepada konsumen atau nasabah yang dilayani, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki.<sup>45</sup>

Menurut Philip Kotler (dalam Dewi), jasa atau layanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Salah satu cara untuk menempatkan sebuah jasa lebih unggul dari para pesaing adalah dengan memberikan layanan yang jauh lebih bermutu dibandingkan para pesaingnya. Hal tersebut diperlukan karena layanan merupakan kunci dalam memenuhi kebutuhan pelanggan.<sup>46</sup>

Jasa atau pelayanan merupakan semua aktivitas ekonomi yang hasilnya bukan merupakan produk dalam bentuk fisik atau konstruksi, yang biasanya di konsumsi pada saat yang sama dengan waktu yang di

---

<sup>45</sup> Ikatan Bankir Indonesia, *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2014), h. 75.

<sup>46</sup> Dewi Reni dan Siri Asmawati, “Kualitas Pelayanan *Frontliner* dan Kepuasan Nasabah”, dalam *Jurnal Islaminomic*, Vol. 7, No. 2, 2016, h. 5.



hasilkan dan memberikan nilai tambah seperti kenyamanan, kesenangan, kesehatan atas pemecahan masalah yang di hadapi konsumen.<sup>47</sup>

Menurut Moenir (dalam Juairiah) pelayanan adalah suatu proses, yaitu sisi pelayanan yang mengatur dan mengendalikan proses layanan, agar mekanisme kegiatan pelayanan dapat berjalan dengan lancar, tepat mengenai sasaran dan memuaskan bagi pihak yang harus dilayani.<sup>48</sup>

Mahmoedin (dalam Wahyu) menyatakan bahwa pelayanan adalah serangkaian aktivitas yang tidak terlihat akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksud untuk memecahkan permasalahan pelanggan.<sup>49</sup>

Berdasarkan definisi teori di atas, dapat disimpulkan bahwa pelayanan adalah kegiatan yang ditawarkan kepada nasabah untuk memenuhi kebutuhan nasabah atas pemecahan masalah yang dihadapi guna memberikan kepuasan terhadap nasabah.

#### **b. *Frontliner***

---

<sup>47</sup> Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktik*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001), h. 5.

<sup>48</sup> Juairiah, "Pengaruh Kualitas Layanan *Frontliner* terhadap Tingkat Kepuasan Pelayanan Nasabah pada PT. Bank Sumselbabel Syariah Cabang Palembang", dalam *Jurnal Muqtashid*, Vol. 1, No. 1, 2016, h. 31.

<sup>49</sup> Wahyu Nuviana, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Kesehatan terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna BPJS di UPTD. Puskesmas", dalam *eJurnal Ilmu Pemerintahan*, Vol. 6, No. 4, 2018, h. 3.

*Frontliner* adalah karyawan atau pegawai bank yang berhadapan langsung dengan nasabah serta melayani segala apa yang dibutuhkan nasabah yang terdiri dari *teller*, *customer service*, dan *security*.<sup>50</sup>

Seorang *frontliner* memegang peranan sangat penting di samping memberikan pelayanan juga sebagai Pembina hubungan dengan masyarakat. *Fronliner* bank dalam melayani nasabah selalu berusaha menarik dengan cara meyakinkan para calon nasabah agar menjadi nasabah bank yang bersangkutan dengan berbagai cara.<sup>51</sup> Oleh karena itu, bank harus menjaga kepercayaan dari nasabahnya, untuk menjaga dan meningkatkan kepercayaan nasabah, bank perlu menjaga citra positif di mata masyarakat. Citra produk dapat dibangun melalui kualitas produk, kualitas layanan, dan kualitas keamanan.

Seorang *frontliner* juga dituntut untuk selalu memberikan kesan terbaik kepada pelanggan, memiliki kemampuan informatif kepada nasabah, berpenampilan menarik, mampu bekerjasama dengan tim maupun bekerja sendirian, memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik dan jelas dalam dunia perbankan.

### **1) *Customer Service***

Kata *Customer Service* (CS) berasal dari dua kata yaitu “*customer*” yang berarti pelanggan, dan “*service*” yang mengandung arti pelayanan. Menurut Waworuntu (dalam Ikatan

---

<sup>50</sup> Juairiah, “Pengaruh Kualitas Layanan *Frontliner* terhadap Tingkat Kepuasan Pelayanan Nasabah pada PT. Bank Sumselbabel Syariah Cabang Palembang”, dalam *Jurnal Muqtashid*, Vol. 1, No. 1, 2016, h. 30.

<sup>51</sup> Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2010), h. 180.

Bankir Indonesia) menyebutkan istilah CS yang diterjemahkan dalam Bahasa Indonesia mengandung arti melayani nasabah, dimana untuk bidang bisnis secara umum diartikan sebagai pelayanan pelanggan.<sup>52</sup>

*Customer Service* secara umum adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan nasabah, melalui pelayanan yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah. CS memberikan peranan sangat penting, dalam dunia perbankan tugas utama seorang CS memberikan pelayanan dan membina hubungan dengan masyarakat.<sup>53</sup>

CS merupakan suatu bagian dari unit organisasi yang berada di *front office* yang berfungsi sebagai sumber informasi dan perantara bagi bank dan nasabah yang ingin mendapatkan jasa-jasa pelayanan maupun produk-produk bank. Seorang CS yang berada digaris depan bank (*front office*) juga memiliki tugas. Tugas ini hakikatnya adalah penerapan dari fungsi-fungsi yang telah disebutkan di atas dan tugas ini dapat dijumpai oleh nasabah dalam kegiatan sehari-hari, antara lain: 1) pembukaan, pemeliharaan dan penutupan rekening, 2) pelayanan informasi, 3) pelayanan keluhan,

---

<sup>52</sup> Ikatan Bankir Indonesia, *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2014, h. 64.

<sup>53</sup> Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2010), h. 180.

4) pelayanan administrasi, 5) pekerjaan administratif, dan 6) pelayanan solusi.<sup>54</sup>

CS memiliki wewenang yang merupakan wujud konkrit tugas secara lebih khusus terhadap pekerjaan yang diembannya yaitu menyelesaikan setiap pekerjaan dan tugas sampai tuntas dengan baik, adapun wewenang CS tersebut, yaitu: 1) menyaksikan nasabah mengisi dan menandatangani formulir, aplikasi, dan perjanjian-perjanjian, 2) melakukan penolakan permintaan pembukaan rekening apabila tidak memenuhi persyaratan atau prosedur yang ditetapkan oleh bank, 3) melakukan verifikasi tanda tangan *customer*, 4) melakukan penolakan permintaan buku bilyet giro dan cek apabila tidak memenuhi persyaratan, 5) melakukan penutupan rekening baik atas permintaan nasabah maupun karena sebab lainnya berdasarkan prosedur internal bank, dan 6) melakukan pemblokiran rekening nasabah baik atas permintaan nasabah atau pihak lain yang berwenang.<sup>55</sup>

*Customer service* berada di garis paling depan yang bertugas melayani nasabah pada suatu bank, dalam hal ini seorang CS harus memperhatikan beberapa hal, yaitu meja kerja/*counter* serta ruangan harus bersih dan rapih, berbusana rapih dan murah senyum, memberikan ekspresi wajah terpercaya, menyambut dan

---

<sup>54</sup> Ikatan Bankir Indonesia, *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2014, h. 67.

<sup>55</sup> Ikatan Bankir Indonesia, *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2014, h. 69.

memperlakukan nasabah dengan sopan dan lembut, selalu mendengarkan dengan baik apa yang dikatakan nasabah, berbicara dengan jelas dan teratur, serta menguasai pengetahuan tentang pekerjaan dan produk-produk bank dengan baik.

## 2) *Teller*

*Teller* merupakan seorang petugas bank yang bertugas melayani nasabah dalam hal transaksi keuangan kepada semua nasabah. Tugas *teller* secara umum yaitu menangani, membantu dan memberikan solusi bagi semua nasabah yang ingin melakukan transaksi perbankan termasuk didalamnya memberikan jasa layanan uang tunai maupun non tunai.<sup>56</sup>

*Teller* adalah petugas bank yang secara langsung bertanggungjawab untuk melayani nasabah yang ingin melakukan setor tunai, ambil uang, transfer dan lain-lain dengan teliti dan cepat, kemudian *teller* bertanggungjawab untuk menjaga kerahasiaan bank dan nasabah, menjaga kebersihan dan kerapian ruang kerja, menjaga keamanan alat-alat identitas *teller*, yaitu User-ID, password, anak kunci *cash box* dan laci, dan bertanggungjawab untuk patuh terhadap peraturan perusahaan.<sup>57</sup>

Untuk membantu pekerjaan seorang *teller*, maka dibutuhkan berbagai macam peralatan kerja pendukung, yaitu: *cash box*, *pin*

---

<sup>56</sup> Yashinta Mayangsari, "Sistem Antrian *Teller* Bank Mandiri sebagai Upaya Meningkatkan Efisiensi Kecepatan Transaksi", dalam *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 1, No. 1, 2016, h. 54.

<sup>57</sup> Ikatan Bankir Indonesia, *op. cit.*, h. 6.

*pad*, personal komputer, pass book printer, stempel dan bak tinta, ban uang, amplop uang, karet pengikat, lampu ultra violet, mesin hitung uang dan mesin deteksi uang kertas asing (US Dollar).<sup>58</sup>

Dalam melaksanakan sistem *teller* ada beberapa hal yang perlu diperhatikan, yaitu bebusana rapih dengan menggunakan seragam, sikap yang ramah dan sopan ketika menghadapi nasabah, pelayanan yang cepat dan tepat, menjaga kerahasiaan bank dan kerahasiaan nasabah, tidak membawa makan dan barang pribadi ke dalam ruangan *teller*, dan setiap *teller* hanya melayani transaksi di *counter*.

### **3) Satuan Pengamanan atau *Security***

Satuan Pengamanan (satpam) adalah satuan kelompok petugas yang dibentuk oleh instansi/proyek/badan usaha untuk melakukan keamanan fisik dalam rangka penyelenggaraan keamanan di lingkungan kerjanya.

Tugas satuan pengamanan (satpam) dalam memberikan pelayanan sangat mempengaruhi kualitas pelayanan bank secara keseluruhan. Satpam yang bertugas melindungi seluruh aset bank juga berkewajiban melindungi keamanan yang baik, keamanan yang baik tidak hanya bertindak tegas akan tetapi juga ramah,

---

<sup>58</sup> Ikatan Bankir Indonesia, *Ibid.*, h. 7.

sopan, dan lemah lembut terhadap nasabah.<sup>59</sup> Dalam pelayanan di lingkungan bank, satpam biasanya membantu nasabah dalam menunjukkan contoh penulisan formulir yang benar, memberikan informasi tentang produk dan pelayanan yang ada di bank.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan pelayanan *frontliner* adalah kegiatan yang ditawarkan oleh pegawai bank seperti *customer service*, *teller* dan *security* kepada nasabah untuk memenuhi kebutuhan nasabah atas pemecahan masalah yang dihadapi pada suatu bank guna memberikan kepuasan terhadap nasabah.

### **3. Bank Syariah**

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

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 penyimpan dana di bank syariah.

---

<sup>59</sup> Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), h. 25.

Bank syariah sebagai lembaga intermediasi antara pihak investor yang menginvestasikan dananya di bank kemudian selanjutnya bank syariah menyalurkan dananya kepada pihak lain yang membutuhkan dana. Investor yang menempatkan dananya akan mendapatkan imbalan dari bank dalam bentuk bagi hasil atau bentuk lainnya yang disahkan dalam syariah Islam. Bank syariah menyalurkan dananya kepada pihak yang membutuhkan pada umumnya dalam akad jual beli dan kerja sama usaha. Imbalan yang diperoleh dalam margin keuntungan, bentuk bagi hasil, dan/atau bentuk lainnya sesuai dengan syariah Islam.<sup>60</sup>

Menurut Ascarya (dalam Syarif Hidayatullah), bank syariah merupakan lembaga keuangan yang berfungsi memperluas mekanisme ekonomi di sektor riil melalui aktivitas kegiatan usaha, seperti investasi, jual beli, atau lainnya berdasarkan prinsip syariah, yaitu aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana dan atau pembiayaan kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan nilai-nilai syariah yang bersifat makro, maupun mikro.<sup>61</sup>

Sudarsono (dalam Irham Fahmi) berpendapat bahwa yang dimaksud dengan bank syariah ialah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa-jasa lain dalam lalu-lintas

---

<sup>60</sup> Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2011), h.31-32.

<sup>61</sup> Syarif Hidayatullah, *Praktik Perbankan Syariah Di Indonesia*, (Tangerang Selatan: Gaung Persada (GP) Press Jakarta, 2017), h. 90.



pembayaran serta peredaran uang yang beroperasi pada prinsip-prinsip syariah.<sup>62</sup>

Menurut Pasal 1 Angka 1 Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 menyatakan 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. Sedangkan Pasal 1 Angka 7 menyatakan Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.<sup>63</sup>

Bank syariah juga dapat diartikan sebagai lembaga keuangan/perbankan yang operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan Al-Quran dan Hadist. Antonio dan Perwataatmadja membedakan dua pengertian, yaitu bank Islam dan bank yang beroperasi dengan prinsip syariat Islam. Bank Islam adalah bank yang beroperasi dengan prinsip syariat Islam dan tata cara beroperasinya mengacu pada ketentuan-ketentuan Al-Quran dan Hadist. Adapun bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip syariat Islam adalah bank yang dalam beroperasinya mengikuti ketentuan-ketentuan syariat Islam, khususnya yang menyangkut tata cara bermuamalat secara Islam.<sup>64</sup>

---

31. <sup>62</sup> Irham Fahmi, *Pengantar Perbankan Teori & Aplikasi*, (Bandung: Alfabeta, 2014), h.

<sup>63</sup> Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah.

h. 15. <sup>64</sup> Khaerul Umam, *Manajemen Perbankan Syariah*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2013),

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan Bank Syariah adalah lembaga intermediasi antara pihak investor yang menginvestasikan dananya dan memberikan pembiayaan kredit atau jasa-jasa lainnya kepada masyarakat berdasarkan prinsip syariah yang bersumber pada Al-Qur'an dan As-Sunnah.

#### **b. Asas-Asas Perbankan Syariah**

Asas-asas hukum Perbankan Syariah diatur dalam Pasal 2 Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, dimana disebutkan bahwa Perbankan Syariah dalam melakukan kegiatan usahanya berasaskan prinsip syariah, demokrasi ekonomi, dan prinsip kehati-hatian.<sup>65</sup>

Kegiatan usaha perbankan syariah sebagaimana yang terdapat pada penjelasan pasal 2 nya, bahwa kegiatan usaha perbankan syariah berasaskan prinsip syariah, antara lain adalah kegiatan usaha yang tidak mengandung unsur: 1) *riba*, yaitu penambahan pendapatan secara tidak sah (batil) antara lain dalam transaksi pertukaran barang sejenis yang tidak sama kualitas, kuantitas, dan waktu penyerahan (*fadhl*), atau dalam transaksi pinjam-meminjam yang mempersyaratkan nasabah penerima fasilitas mengembalikan dana yang diterima melebihi pokok pinjaman karena berjalannya waktu (*nasi'ah*), 2) *maisir*, yaitu transaksi yang digantungkan kepada suatu keadaan yang tidak pasti dan bersifat untung-untungan, 3) *gharar*, yaitu transaksi yang objeknya tidak jelas,

---

<sup>65</sup> Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah.

tidak dimiliki, tidak diketahui keberadaannya, atau tidak dapat diserahkan pada saat transaksi dilakukan kecuali diatur lain dalam syariah, 4) *haram*, yaitu transaksi yang objeknya dilarang dalam syariah, 5) *zalim*, yaitu transaksi yang menimbulkan ketidakadilan bagi pihak lain.<sup>66</sup>

Yang dimaksud dengan demokrasi ekonomi adalah kegiatan ekonomi syariah yang mengandung nilai keadilan, kebersamaan, pemerataan, dan kemanfaatan. Hukum syariah mewajibkan kita menegakkan keadilan, kapan dan dimanapun. Semua perbuatan harus dilakukan dengan adil, adil dalam menimbang, adil dalam bertindak, dan adil dalam menghukum. Adil itu harus dilakukan dimanapun dan dalam keadaan apa pun, baik diwaktu senang maupun diwaktu susah.<sup>67</sup>

Sedangkan yang dimaksud dengan prinsip kehati-hatian pada penjelasan pasal 2 undang-undang nomor 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah adalah pedoman pengelolaan bank yang wajib dianut guna mewujudkan perbankan yang sehat, kuat dan efisien sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Bank wajib untuk tidak merugikan kepentingan nasabah yang mempercayakan dananya kepada bank. Dana yang tersimpan dalam bank tidak bebas begitu saja dipergunakan oleh bank, melainkan harus dipergunakan sedemikian

---

39. <sup>66</sup> Muhamad Sadi Is, *Konsep Hukum Perbankan Syariah*, (Malang: Setara Press, 2015), h.

<sup>67</sup> Muhamad Sadi Is, *Ibid.*, h. 40.

rupa sehingga mendatangkan keuntungan dan aman bagi bank dan nasabah.<sup>68</sup>

### c. Fungsi Utama Bank Syariah

Bank syariah memiliki tiga fungsi utama yaitu: 1) menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk titipan dan investasi, 2) menyalurkan dana kepada masyarakat yang membutuhkan dana dari bank, dan 3) memberikan pelayanan dalam bentuk jasa perbankan syariah.<sup>69</sup>

Fungsi bank syariah yang pertama yaitu menghimpun dana dari masyarakat yang kelebihan dana. Masyarakat mempercayai bank syariah sebagai tempat yang aman untuk melakukan investasi, dan menyimpan dana (uang). Masyarakat yang kelebihan dana membutuhkan keberadaan bank syariah untuk menitipkan dananya atau menginvestasikan dananya dengan aman. Dengan menyimpan uangnya di bank, nasabah juga akan mendapat keuntungan berupa *return* atas uang yang diinvestasikan yang besarnya tergantung kebijakan masing-masing bank syariah serta tergantung pada hasil yang diperoleh bank syariah.<sup>70</sup>

Fungsi bank syariah yang kedua yaitu menyalurkan dana kepada masyarakat dengan menggunakan bermacam-macam akad, antara lain akad jual beli dan akad kemitraan atau kerjasama usaha. Dalam akad jual beli, maka *return* yang diperoleh bank atas penyaluran dananya

---

<sup>68</sup> Muhamad Sadi Is, *Ibid.*, h. 41.

<sup>69</sup> Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2011), h. 39.

<sup>70</sup> Ismail, *Ibid.*, h. 40.

adalah dalam bentuk margin keuntungan. Margin keuntungan merupakan selisih antara harga jual kepada nasabah dan harga beli bank. Pendapatan yang diperoleh dari aktivitas penyaluran dana kepada nasabah yang menggunakan akad kerja sama usaha adalah bagi hasil.<sup>71</sup>

Fungsi yang ketiga yaitu aktivitas pelayanan jasa, merupakan aktivitas yang diharapkan oleh bank syariah untuk dapat meningkatkan pendapatan bank yang berasal dari *fee* atas pelayanan jasa bank. Beberapa bank berusaha untuk meningkatkan teknologi informasi agar dapat memberikan pelayanan jasa yang memuaskan nasabah. Pelayanan yang dapat memuaskan nasabah dalam pelayanan jasa bank ialah kecepatan dan keakuratannya. Bank syariah berlomba-lomba untuk berinovasi dalam meningkatkan kualitas produk layanan jasanya. Dengan pelayanan jasa, bank syariah mendapat imbalan berupa *fee* yang disebut *fee based income*.<sup>72</sup>

Berdasarkan banyaknya pembahasan teoritis yang telah dipaparkan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa teori yang terkait dengan kepuasan nasabah terhadap pelayanan *frontliner* adalah keseluruhan sikap, perasaan atau respon nasabah yang timbul berdasarkan hasil evaluasi terhadap pelayanan *frontliner* seperti *customer service*, *teller* dan *security* kepada nasabah untuk memenuhi kebutuhan nasabah atas pemecahan masalah yang dihadapi pada Bank Syariah, dengan

---

<sup>71</sup> Ismail, *Ibid.*, h. 41.

<sup>72</sup> Ismail, *Ibid.*, h. 43.

demikian dapat diukur dengan empat dimensi, antara lain: 1) kualitas layanan, 2) kualitas produk, 3) faktor emosional, 4) kemudahan.

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

Berdasarkan pengetahuan penulis, telah banyak yang meneliti tentang judul yang hampir mirip dengan yang penulis hendak teliti, tetapi ada beberapa perbedaan dengan yang akan penulis teliti. Berikut adalah penelitian terdahulu yang relevan tentang judul yang hampir mirip dengan yang akan penulis teliti:

1. Ahmad Mutamimul Ula, *Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Pelayanan dan Produk Pembiayaan Mikro di Pegadaian Syariah Cabang Ciputat*. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2016.<sup>73</sup> Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat kepuasan nasabah terhadap layanan dan produk pembiayaan mikro di pegadaian syariah, variabel dalam penelitian ini yaitu reliabilitas, daya tangkap, jaminan, empati, bukti fisik dan citra produk. Jenis penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kuantitatif dengan metode survei. Ahmad juga mengungkapkan hasil kuesioner yang telah disebar menunjukkan tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan pegadaian syariah tinggi, faktanya hasil penelitian ini menunjukkan kepuasan nasabah rata-rata berada pada nilai indeks 77,26 dari rentang nilai indeks 10-100. Untuk tingkat kepuasan nasabah terhadap produk pembiayaan pegadaian syariah sangat tinggi, faktanya hasil penelitian ini

---

<sup>73</sup> Ahmad Mutamimul Ula, Skripsi, *Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Pelayanan dan Produk Pembiayaan Mikro di Pegadaian Syariah Cabang Ciputat*, Konsentrasi Perbankan Syariah Program Studi Muamalat (Ekonomi Islam) Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2016.

menunjukkan kepuasan nasabah rata-rata berada pada nilai indeks 83,25 yang berarti sangat tinggi dari rentang nilai indeks 10-100.

Persamaan: jenis penelitian ini sama-sama menggunakan penelitian deskriptif kuantitatif dengan metode survei, dan objek penelitian mengukur tingkat kepuasan nasabah terhadap layanan.

Perbedaan: lokus penelitian terdahulu di pegadaian syariah, dan nasabah yang dipilih pada penelitian terdahulu adalah nasabah yang menggunakan layanan dan produk pegadaian syariah.

2. Siti Muhlisah, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Frontliner Terhadap Kepuasan Nasabah Pada BRI Syariah Kantor Cabang Tangerang BSD*, Universitas Muhammadiyah Jakarta, 2018.<sup>74</sup> Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan *frontliner* terhadap kepuasan nasabah pada BRI Syariah Kantor Cabang Tangerang BSD. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian regresi, menggunakan validasi instrumen korelasi *product moment* dan *Alpha Cronbach*. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan *frontliner* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah BRI Syariah Kantor Cabang Tangerang BSD. Hal ini dibuktikan dengan koefisien regresi sebesar 0,208, nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3,377 > 1,985$ ) dan nilai signifikansi sebesar 0,001 ( $sig < 0,05$ ). Kualitas pelayanan *frontliner* mempunyai pengaruh sebesar 10,6% terhadap

---

<sup>74</sup> Siti Muhlisah, Skripsi, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Frontliner Terhadap Kepuasan Nasabah Pada BRI Syariah Kantor Cabang Tangerang BSD*, Program Studi Manajemen Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta, 2018.

kepuasan nasabah sedangkan 89,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Persamaan: untuk mengetahui tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan *frontliner*.

Perbedaan: Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian regresi, dan lokus penelitian terdahulu di BRI Syariah Kantor Cabang Tangerang BSD.

3. Dessy Yuniarti, *Pengaruh Mutu layanan Frontliner Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Rakyat Indonesia Syariah Cabang Kendari*. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kendari, 2017.<sup>75</sup> Penelitian ini bertujuan untuk mengukur pengaruh mutu layanan *frontliner* terhadap kepuasan nasabah pada BRI Syariah Cabang Kendari. Untuk mengukur mutu layanan *frontliner* Dessy Yuniarti dalam penelitiannya menggunakan lima variabel yaitu: *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Maka dari itu, Penelitian ini menggunakan jenis pendekatan kuantitatif dengan metode analisis statistik deskriptif dan statistik inferensial. Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa mutu layanan *frontliner* terhadap kepuasan nasabah sangat baik, dari hasil regresi berganda diperoleh koefisien untuk variabel *tangible* (X1) 0,299, *reliability* (X2) 0,726, *responsiveness* (X3) 0,277, *assurance* (X4) 0,125, dan *empathy* (X5) 0,087, dari variabel mutu layanan *frontliner* yang paling berpengaruh

---

<sup>75</sup> Dessy Yuniarti, Skripsi, *Pengaruh Mutu layanan Frontliner Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Rakyat Indonesia Syariah Cabang Kendari*, Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomu dan Bisnis Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kendari, 2017.



terhadap kepuasan nasabah adalah variabel *reliability* (X2) dengan nilai regresi berganda 0,726.

Persamaan penelitian: untuk mengetahui tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan *frontliner*.

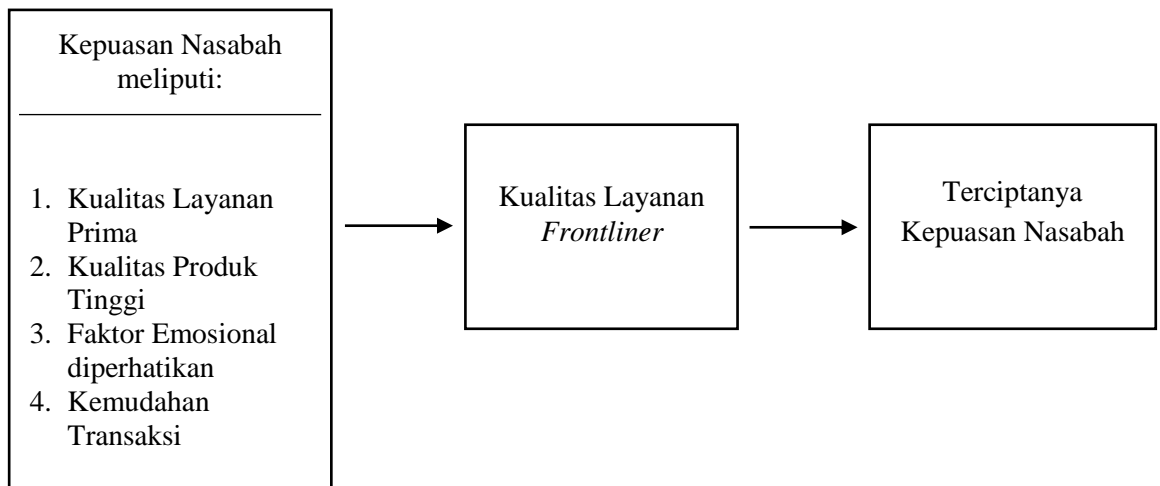
Perbedaan penelitian: penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis statistik deskriptif dan statistik inferensial. dan lokus penelitian terdahulu di Bank Rakyat Indonesia Syariah Cabang Kendari.

### **C. Kerangka Berpikir**

Berdasarkan uraian di atas yang dimaksud dengan kepuasan nasabah terhadap pelayanan *frontliner* adalah keseluruhan sikap, perasaan atau respon nasabah yang timbul berdasarkan hasil evaluasi terhadap pelayanan *frontliner* seperti *customer service*, *teller* dan *security* kepada nasabah untuk memenuhi kebutuhan nasabah atas pemecahan masalah yang dihadapi pada Bank Syariah, dengan demikian dapat diukur dengan empat dimensi, yaitu kualitas layanan, kualitas produk, faktor emosional, dan kemudahan.

Kepuasan nasabah sangat penting bagi bank syariah dan kepuasan nasabah akan meningkatkan keuntungan pada bank syariah, maka dari itu untuk memenangkan persaingan yang sangat ketat bank syariah harus memperhatikan tingkat kepuasan nasabah dan menjalin hubungan yang harmonis kepada nasabah sehingga menciptakan pembelian ulang dan merekomendasi dari mulut ke mulut.

Dengan demikian, Kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat disajikan pada gambar di bawah ini:



**Gambar 2.1**  
**Model Kerangka Berpikir Tingkat Kepuasan Nasabah terhadap Pelayanan**  
*Frontliner*

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

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

Secara khusus, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui:

3. Tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan *frontliner* pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Ciputat Tangerang Selatan.
4. Persentase kontribusi dimensi kualitas layanan, kualitas produk, faktor emosional, dan kemudahan terhadap tingkat kepuasan nasabah.

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

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

Penelitian ini dilakukan di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Ciputat Tangerang Selatan, kepada nasabah produk simpanan tabungan setor tunai dan tarik tunai. Bank Syariah Mandiri merupakan lembaga keuangan syariah di wilayah Tangerang yang terletak di jl. Ir. H. Juanda No. 111-112, Kel. Cempaka Putih, Kec. Ciputat Timur, Tangerang Selatan 15412, Banten.

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

Penelitian dilaksanakan selama enam bulan terhitung sejak tanggal 1 September 2019 sampai dengan tanggal 21 Februari 2020. Secara rinci kegiatan penelitian dapat dilihat pada jadwal di bawah ini:

**Tabel 3.1**  
**Jadwal Kegiatan Penelitian**  
**Tingkat Kepuasan Nasabah terhadap Pelayanan *Frontliner***

No.	Kegiatan	W A K T U																							
		September 2019				Oktober 2019				November 2019				Desember 2019				Januari 2020				Februari 2020			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.	Studi pendahuluan	■	■																						
2.	Penyusunan proposal		■	■	■																				
3.	Seminar proposal			■																					
4.	Perbaiki proposal					■	■	■	■																
5.	Penyusunan instrumen									■	■														
6.	Ujicoba instrumen										■														
7.	Pengumpulan data											■	■												
8.	Pengolahan & analisis data													■	■	■	■								
9.	Penyusunan draft naskah laporan																	■	■	■	■				
10.	Pengesahan dan pengandaan																							■	■
11.	Ujian skripsi																								■

**C. Metode Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif deskriptif dengan metode survei. Penelitian kuantitatif adalah suatu penelitian yang didasarkan oleh falsafah positifisme yaitu ilmu yang valid, ilmu yang dibangun dari empiris, teramati, terukur, menggunakan logika matematika dan membuat generalisasi atas rerata. Penelitian kuantitatif dipakai untuk menguji suatu teori, penyajian

suatu fakta atau mendeskripsikan statistis, menunjukkan hubungan antar variabel.<sup>76</sup>

Penelitian deskriptif kuantitatif merupakan usaha sadar dan sistematis untuk memberikan jawaban terhadap suatu masalah dan/atau mendapatkan informasi lebih mendalam dan luas terhadap suatu fenomena dengan menggunakan tahap-tahap penelitian dengan pendekatan kuantitatif. Menurut Lehmann (dalam Muri Yusuf) Penelitian deskriptif kuantitatif adalah salah satu jenis penelitian yang bertujuan mendeskripsikan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta dan sifat populasi tertentu atau mencoba menggambarkan fenomena secara detail. Issac dan Michael (dalam Muri Yusuf) menyatakan bahwa tujuan penelitian deskriptif adalah untuk menggambarkan secara sistematis, fakta dan karakteristik populasi tertentu atau bidang yang diminati.<sup>77</sup>

Dalam hal ini, penelitian deskriptif kuantitatif bukanlah dimaksudkan untuk melihat dan menemukan hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat atau untuk membandingkan dua variabel dalam rangka menemukan sebab dan akibat.

Survei dilakukan terhadap nasabah produk simpanan tabungan pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Cabang Ciputat Tangerang Selatan. Survei dilakukan untuk mengumpulkan data utama mengenai tingkat kepuasan nasabah dengan menggunakan kuesioner.

---

<sup>76</sup> Made wirartha, *Metode Penelitian Sosial Ekonomi*, (Yogyakarta: Andi, 2006), h. 140-141.

<sup>77</sup> A. Muri Yusuf, *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*, (Jakarta: Kencana, 2014), h. 62.

## **D. Populasi dan Sampel Penelitian**

### **1. Populasi**

Populasi adalah keseluruhan dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuhan, udara, gejala, nilai, peristiwa, sikap hidup, dan sebagainya sehingga objek-objek ini dapat menjadi sumber data penelitian.<sup>78</sup>

Populasi target penelitian ini adalah nasabah produk simpanan tabungan setor tunai dan tarik tunai yang aktif melakukan transaksi sebulan terakhir pada 3 *teller* di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Ciputat Tangerang Selatan berjumlah 1800, sedangkan populasi terjangkau (kerangka sampel) adalah nasabah produk simpanan tabungan setor tunai dan tarik tunai yang melakukan transaksi sebulan terakhir pada 1 *teller* di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Ciputat Tangerang Selatan berjumlah 600.

### **2. Sampel**

Berdasarkan populasi terjangkau selanjutnya diambil sampel. Pengambilan sampel dilakukan secara random penentuan jumlah sampel diambil menurut tabel Isaac dan Michael. Dengan demikian jumlah sampel dari populasi terjangkau 600 sebesar 221.

---

<sup>78</sup> Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Kencana, 2008), ed.1, h. 99.

## **E. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

### **1. Kuesioner**

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah lembar kuesioner, yang merupakan suatu penyelidikan mengenai suatu masalah yang umumnya banyak menyangkut kepentingan umum (orang banyak), dilakukan dengan jalan mengedarkan suatu daftar pertanyaan berupa formulir-formulir yang diajukan secara tertulis kepada sejumlah subjek untuk mendapatkan jawaban atau respon tertulis seperlunya. Kuesioner dilakukan bertujuan untuk mengetahui persentase tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan *frontliner* pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Ciputat Tangerang Selatan.

### **2. Observasi**

Observasi adalah studi pendahuluan yang dilakukan dengan cara mengamati, menyaksikan dan memperhatikan peristiwa atau tindakan yang dilakukan oleh orang-orang yang diamati. Dalam penelitian ini, teknik observasi dilakukan pengamatan permasalahan yang terjadi mengenai tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan *frontliner* pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Ciputat Tangerang Selatan.

### 3. Dokumentasi

Metode dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, lengger, agenda, dan sebagainya.<sup>79</sup> Dalam penelitian ini, teknik dokumentasi dilakukan dengan cara memperoleh data dari manajemen bank, website, serta berbagai data dari Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Ciputat Tangerang Selatan.

#### F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Adapun instrumen yang akan digunakan sebagai berikut:

##### 1. Definisi Konseptual

Tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan *frontliner* adalah keseluruhan sikap, perasaan atau respon nasabah yang timbul berdasarkan hasil evaluasi terhadap pelayanan *frontliner* seperti *customer service*, *teller* dan *security* kepada nasabah untuk memenuhi kebutuhan nasabah atas pemecahan masalah yang dihadapi pada Bank Syariah, yang mencakup dengan empat dimensi, antara lain: 1) kualitas layanan, 2) kualitas produk, 3) faktor emosional, dan 4) kemudahan.

---

<sup>79</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2006), h. 231.



## 2. Definisi Operasional

Tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan *frontliner* adalah keseluruhan sikap, perasaan atau respon nasabah yang timbul berdasarkan hasil evaluasi terhadap pelayanan *frontliner* seperti *customer service*, *teller* dan *security* kepada nasabah untuk memenuhi kebutuhan nasabah atas pemecahan masalah yang dihadapi pada Bank Syariah, yang mencakup dengan empat dimensi, antara lain: 1) kualitas layanan, 2) kualitas produk, 3) faktor emosional, dan 4) kemudahan.

Dimensi 1) kualitas layanan, terdiri atas indikator: a) bukti fisik, b) kehandalan, c) daya tanggap, d) jaminan, dan e) empati. Selanjutnya dimensi 2) kualitas produk, terdiri atas indikator: a) kinerja, b) daya tahan, c) fitur, d) estetika, e) kesesuaian dengan spesifikasi, dan f) *serviceability*. Kemudian dimensi 3) faktor emosional, terdiri atas indikator: a) rasa senang, b) rasa bangga, c) rasa percaya diri, dan d) rasa nyaman. Terakhir dimensi 4) kemudahan, terdiri atas indikator: a) mudah dipelajari dan digunakan, b) fleksibel.

## 3. Kisi-kisi Instrumen

Berdasarkan definisi operasional di atas, maka disusun kisi-kisi instrumen untuk menyusun butir-butir pernyataan yang dapat mengukur tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan *frontliner*, sebagaimana disajikan pada tabel di bawah ini:

**Tabel 3.2**  
**Kisi-kisi Instrumen Penelitian Tingkat Kepuasan Nasabah terhadap**  
**Pelayanan *Frontliner***

Dimensi	Indikator	No. Butir	
		Positif	Negatif
Kualitas Layanan	1. Bukti Fisik	1,3	6
	2. Kehandalan	4,5	
	3. Daya Tanggap	7,8	
	4. Jaminan	2	
	5. Empati	9,10,11	
Kualitas Produk	1. Kinerja	12	
	2. Daya Tahan	13	
	3. Fitur	14	
	4. Estetika	15,16	
	5. Kesesuaian dengan spesifikasi	17	
	6. <i>Serviceability</i>	18	
Faktor Emosional	1. Rasa Senang	19,21	23
	2. Rasa Bangga	24,25	
	3. Rasa Percaya Diri	20	
	4. Rasa Nyaman	22	
Kemudahan	1. Mudah dipelajari dan digunakan.	26,27	
	2. Fleksibel.	29,30,28,31	
<b>Jumlah Butir</b>		29	2
<b>Total Keseluruhan</b>		31	

Berdasarkan tabel di atas, bahwa skala pengukuran dalam penelitian ini adalah menggunakan skala likert, skala likert dikembangkan oleh Rensis Likert, yang merupakan suatu series butir (butir soal). Responden hanya memberikan persetujuan atau ketidaksetujuan terhadap butir soal tersebut. Skala ini dimaksudkan untuk mengukur sikap individu dalam dimensi yang

sama dan individu menempatkan dirinya ke arah atau kontinuitas dari butir soal.<sup>80</sup>

Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Skala likert tersebut antara lain Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Netral (N), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS), untuk pernyataan positif SS diberi skor 5, S diberi skor 4, N diberi skor 3, TS diberi skor 2, dan STS diberi skor 1. Sedangkan untuk pernyataan negatif, SS diberi skor 1, S diberi skor 2, N diberi skor 3, TS diberi skor 4, dan STS diberi skor 5.

## **G. Validasi Instrumen**

### **1. Uji Validitas**

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan sesuatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas tinggi. Sebaliknya, instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah.<sup>81</sup> Uji validitas dilakukan dengan mengkorelasikan antara skor yang diperoleh pada masing-masing pernyataan dengan skor total. Skor total adalah skor yang diperoleh dari hasil penjumlahan semua skor pernyataan, untuk menyatkan bahwa setiap

---

<sup>80</sup> A. Muri Yusuf, *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*, (Jakarta: Kencana, 2014), h. 222.

<sup>81</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2006), h. 168.

penyataan adalah valid dalam penelitian, yaitu dengan menggunakan korelasi *product moment* sebagai berikut:

$$r_{hitung} = \frac{n(\Sigma xy) - (\Sigma x) \cdot (\Sigma y)}{\sqrt{\{n\Sigma^2 - (\Sigma x)^2 \cdot (n\Sigma y^2 - (\Sigma y)^2)\}}}$$

Keterangan:

$r_{hitung}$	= Koefisien korelasi
$\Sigma x$	= Jumlah skor butir
$\Sigma y$	= Jumlah skor total (seluruh item)
$n$	= Jumlah Responden
$\Sigma xy$	= Mean dari hasil perkalian antara skor variabel X dan Y
$\Sigma x^2$	= Jumlah dari skor tiap butir setelah terlebih dahulu di kuadratkan
$\Sigma y^2$	= Jumlah dari skor total setelah terlebih dahulu di kuadratkan

Kriteria pengujian dilakukan dengan cara membandingkan  $r$  hitung dengan  $r$  tabel pada taraf signifikan  $\alpha = 0,05$ . Jika hasil perhitungan  $r$  hitung lebih besar dari pada  $r$  tabel, maka butir instrumen dinyatakan valid artinya instrumen dapat digunakan, sebaliknya jika  $r$  hitung lebih kecil dari pada  $r$  tabel, maka butir instrumen dinyatakan tidak valid artinya instrumen tidak dapat digunakan untuk mengumpulkan data penelitian.

Kuesioner uji coba menggunakan kuesioner yang berisi 40 pernyataan untuk mengukur tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan *frontliner*. Kriteria pengambilan keputusan untuk menentukan validitas dilakukan dengan taraf signifikan 5% dengan  $r$  tabel (0,361). Perhitungan validitas dilakukan dengan menggunakan alat bantu *Microsoft Excel* Versi 2016. Hasil perhitungan dapat dilihat pada *Corelations* dan keterangan uji coba validitas terlampir.

**Tabel 3.3**  
**Instrumen Hasil Uji Coba**

<b>No. Butir</b>	<b>rhitung</b>	<b>rtabel</b>	<b>Keterangan</b>
1.	0,243	0,361	Tidak Valid
2.	0,440	0,361	Valid
3.	0,533	0,361	Valid
4.	0,438	0,361	Valid
5.	0,509	0,361	Valid
6.	0,465	0,361	Valid
7.	0,467	0,361	Valid
8.	0,326	0,361	Tidak Valid
9.	0,516	0,361	Valid
10.	0,325	0,361	Tidak Valid
11.	0,562	0,361	Valid
12.	0,348	0,361	Tidak Valid
13.	0,501	0,361	Valid
14.	0,534	0,361	Valid
15.	0,609	0,361	Valid
16.	0,273	0,361	Tidak Valid
17.	0,491	0,361	Valid
18.	0,604	0,361	Valid
19.	0,137	0,361	Tidak Valid
20.	0,057	0,361	Tidak Valid
21.	0,064	0,361	Tidak Valid
22.	0,586	0,361	Valid
23.	0,490	0,361	Valid
24.	0,219	0,361	Tidak Valid
25.	0,668	0,361	Valid
26.	0,653	0,361	Valid
27.	0,619	0,361	Valid
28.	0,539	0,361	Valid
29.	0,559	0,361	Valid
30.	0,331	0,361	Tidak Valid
31.	0,580	0,361	Valid
32.	0,681	0,361	Valid
33.	0,606	0,361	Valid
34.	0,513	0,361	Valid
35.	0,607	0,361	Valid
36.	0,660	0,361	Valid
37.	0,643	0,361	Valid
38.	0,484	0,361	Valid
39.	0,498	0,361	Valid
40.	0,640	0,361	Valid

Berdasarkan analisis validitas menggunakan *product moment*, diperoleh butir-butir valid dan tidak valid. Mengacu pada tabel di atas, diketahui bahwa dari 40 butir, yang valid berjumlah 30, sementara yang tidak valid berjumlah 10 butir, yaitu butir 1, 8, 10, 12, 16, 19, 20, 21, 24, dan 30.

Butir-butir yang tidak valid tersebut ada yang direvisi dan dibuang. Butir yang direvisi diubah menjadi bahasa yang lebih sederhana dan mudah dipahami, dan butir yang dibuang karena sudah ada butir lain yang valid untuk mewakili indikator. Untuk lebih jelasnya, disajikan ke dalam tabel 3.4 di bawah ini:

**Tabel 3.4**  
**Validitas setelah Uji Coba**

<b>No. Butir</b>	<b>rhitung</b>	<b>rtabel</b>	<b>Keterangan</b>	<b>Butir Instrumen setelah Uji Coba</b>	<b>Diubah menjadi butir nomor.</b>
1.	0,243	0,361	Tidak Valid	1. (Buang)	-
2.	0,440	0,361	Valid	2.	1.
3.	0,533	0,361	Valid	3.	2.
4.	0,438	0,361	Valid	4.	3.
5.	0,509	0,361	Valid	5.	4.
6.	0,465	0,361	Valid	6.	5.
7.	0,467	0,361	Valid	7.	6.
8.	0,326	0,361	Tidak Valid	8. (Buang)	-
9.	0,516	0,361	Valid	9.	7.
10.	0,325	0,361	Tidak Valid	10. (Buang)	-
11.	0,562	0,361	Valid	11.	8.
12.	0,348	0,361	Tidak Valid	12. (Buang)	-
13.	0,501	0,361	Valid	13.	9.
14.	0,534	0,361	Valid	14.	10.
15.	0,609	0,361	Valid	15.	11.
16.	0,273	0,361	Tidak Valid	16. (Buang)	-
17.	0,491	0,361	Valid	17.	12.
18.	0,604	0,361	Valid	18.	13.
19.	0,137	0,361	Tidak Valid	19. (Buang)	-
20.	0,057	0,361	Tidak Valid	20. (Revisi)	14.
21.	0,064	0,361	Tidak Valid	21. (Buang)	-
22.	0,586	0,361	Valid	22.	15.
23.	0,490	0,361	Valid	23.	16.
24.	0,219	0,361	Tidak Valid	24. (Buang)	-
25.	0,668	0,361	Valid	25.	17.
26.	0,653	0,361	Valid	26.	18.
27.	0,619	0,361	Valid	27.	19.
28.	0,539	0,361	Valid	28.	20.
29.	0,559	0,361	Valid	29.	21.
30.	0,331	0,361	Tidak Valid	30. (Buang)	-
31.	0,580	0,361	Valid	31.	22.
32.	0,681	0,361	Valid	32.	23.
33.	0,606	0,361	Valid	33.	24.
34.	0,513	0,361	Valid	34.	25.
35.	0,607	0,361	Valid	35.	26.
36.	0,660	0,361	Valid	36.	27.
37.	0,643	0,361	Valid	37.	28.
38.	0,484	0,361	Valid	38.	29.
39.	0,498	0,361	Valid	39.	30.
40.	0,640	0,361	Valid	40.	31.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan *reliable* atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Metode jenis ini merupakan suatu metode untuk mencari reliabilitas internal (*internal consistensi*), dengan menganalisis reliabilitas alat ukur dari satu kali pengukuran, dan rumus yang akan digunakan adalah *Cronbach Alpha*, yaitu:

$$r = \left[ \frac{k}{(k-1)} \right] \left[ 1 - \frac{\sum Si^2}{St^2} \right]$$

Keterangan:

- $r$  = Nilai reliabilitas
- $k$  = Banyak butir pertanyaan (soal)
- $Si^2$  = Jumlah varian butir
- $St^2$  = Jumlah varian total

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,736	41

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) V.23 diperoleh reliabilitas sebesar 0,736, sedangkan  $r$  tabel sebesar 0,312. Dengan demikian  $0,736 > 0,312$ , kesimpulannya adalah instrumen penelitian adalah reliabel.



## **H. Teknik Analisis Data**

Data yang telah dikumpulkan melalui kuesioner, kemudian dianalisis melalui pendekatan statistik deskriptif. Statistik deskriptif adalah statistik yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap obyek yang diteliti melalui data sampel atau populasi sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku umum, yang meliputi penyajian data melalui tabel dan grafik, tendensi sentral yaitu mean, median, dan modus, serta variabilitas data yang meliputi Standar Deviasi (SD) dan varian.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

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

##### **1. Sejarah dan Kegiatan Operasional PT. Bank Syariah Mandiri**

###### **Kantor Cabang Ciputat Tangerang Selatan**

Nilai-nilai perusahaan yang mendukung tinggi kemanusiaan dan integritas telah tertanam kuat pada segenap insan Bank Syariah Mandiri (BSM) sejak awal pendiriannya. 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 oleh 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. Yang akhirnya pemerintah harus mengambil tindakan dengan cara merestrukturisasi dan merekapitulasi sebagai bank-bank di Indonesia.

Salah satu bank konvensional, yaitu 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) sebanyak empat bank yaitu Bank Dagang Negara, Bank Bumi Daya, Bank Exim, dan Bapindo menjadi suatu bank baru yang 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. Adapun pembentukan tim ini bertujuan untuk mengembangkan layanan perbankan syariah di kelompok perusahaan Bank Mandiri, sebagai respon atas diberlakukannya UU No. 10 tahun 1998, yang memberikan peluang bank umum untuk melayani transaksi syariah (*dual banking system*).

Tim Pengembangan Perbankan Syariah memandang bahwa pemberlakuannya UU tersebut merupakan momentum yang tepat untuk melakukan konversi PT. Bank Susila Bakti dari bank konvensional menjadi bank syariah. Oleh karena itu, Tim Pengembangan Perbankan Syariah segera menyiapkan 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, S.H., No. 23 pada 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/1991, 25 Oktober 1999. Selanjutnya, melalui Surat Keputusan Deputi Gubernur Senior Bank Indonesia No. 1/1/KEP.DGS/1999, BI menyetujui perubahan nama menjadi PT Bank Syariah Mandiri. Menyusul pengukuhan dan pengakuan legal tersebut, PT Bank Syariah Mandiri secara resmi mulai beroperasi sejak Senin yakni tanggal 25 Rajab 1420 H atau pada 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 ialah yang menjadi salah satu keunggulan BSM dalam kiprahnya didunia perbankan Indonesia. BSM hadir untuk bersama-sama membangun Indonesia menuju Indonesia yang lebih baik.

Maka dalam rangka memperluas jaringannya, BSM mengibarkan sayapnya dengan cara membuka beberapa kantor cabang di berbagai daerah, salah satunya yaitu kantor cabang yang berada di daerah Tangerang Ciputat. Bank Sayariah Mandiri Kantor Cabang Ciputat Tangerang, memang sudah terbilang cukup lama berdiri di daerah Ciputat itu sendiri. Namun, pada awalnya bank syariah tersebut tidak serta merta langsung menjadi sebagai kantor cabang. Pada tahun 2004 silam, Bank Syariah Mandiri masih berupa kantor *payment point*,

kemudian pada tahun yang sama pula berubah statusnya menjadi Kantor Kas Bank Syariah Mandiri Ciputat, yang mana cakupan operasionalnya masih minim jika dibandingkan dengan kantor cabang. Adapun pada tahun 2006 Bank Syariah Mandiri mulai berubah statusnya menjadi kantor cabang pembantu, dan hingga pada akhirnya sekitar tanggal 27 November tahun 2012 statusnya dinaikkan menjadi Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Ciputat, yang saat ini Kantor Bank Syariah Mandiri Cabang Ciputat Tangerang terletak di Jl. Ir. H. Juanda No. 111-112, Kel. Cempaka Putih, Kec. Ciputat Timur, Tangerang Selatan 15412, Banten.

Bank Syariah Mandiri ialah salah satu lembaga perbankan besar di Indonesia yang didirikan dengan aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dan pihak lain. Terutama berkaitan dengan penyimpanan dana dan atau pembiayaan kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang sesuai dengan syariah. Kedekatan nasabah akan diimbangi dengan keterbukaan dalam layanan produk sesuai syariah, modern dan universal. Bank Syariah Mandiri juga tidak kalah dengan bank konvensional pada umumnya, karena mereka juga dididik oleh tenaga-tenaga ahli dan profesional dalam bidangnya, jadi sudah sangat wajar jika di era milenial ini bank syariah sudah tumbuh menjadi salah satu bank yang besar.

## 2. Produk Layanan dan Jasa Bank Syariah Mandiri

### a. Produk Penghimpunan Dana

#### 1) Tabungan *Mudharabah*

Tabungan dalam mata uang rupiah yang penarikan dan setorannya dapat dilakukan setiap saat selama jam kas dibuka di konter BSM atau melalui ATM berdasarkan prinsip syariah dengan akad *mudharabah mutlaqah*.

#### 2) Tabungan *Wadiah*

Tabungan berdasarkan prinsip *wadiah* yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat berdasarkan syarat-syarat yang disepakati, berdasarkan prinsip syariah dengan akad *wadiah yad dhamanah*.

#### 3) Tabungan Simpel IB

Tabungan khusus pelajar yang usianya belum mencapai 17 tahun berdasarkan *wadiah yad dhamanah*. Tabungan ini harus dibuatkan atas kerjasama pihak BSM dengan pihak sekolah terkait.

#### 4) Tabungan Berencana

Tabungan berjangka yang memberikan nisbah bagi hasil berjenjang serta kepastian pencapaian target dana yang telah ditetapkan berdasarkan prinsip syariah *mudharabah muthlaqah*.

5) Tabungan Investa Cindekia

Tabungan berjangka untuk keperluan uang pendidikan dengan jumlah setoran bulanan tetap (*installment*) dan dilengkapi dengan perlindungan asuransi berdasarkan prinsip syariah *mudharabah muthlaqah*.

6) Tabungan Dollar

Tabungan dalam mata uang dollar (USD) yang penarikan dan setorannya dapat dilakukan setiap saat atau sesuai ketentuan Bank Syariah Mandiri berdasarkan prinsip syariah dengan akad *wadiah yad dhamanah*.

7) Tabungan Pensiun

Tabungan pensiun adalah simpanan dalam mata uang rupiah berdasarkan prinsip *mudharabah mutlaqah*, yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat berdasarkan syarat-syarat dan ketentuan yang disepakati. Produk ini merupakan hasil kerjasama Bank Syariah Mandiri dengan PT. Taspen yang diperuntukkan bagi pensiunan pegawai negeri Indonesia.

8) TabunganKu

Tabungan untuk perorangan dengan persyaratan mudah dan ringan yang diterbitkan secara bersama oleh bank-bank di Indonesia guna menumbuhkan budaya menabung serta

meningkatkan kesejahteraan masyarakat berdasarkan prinsip syariah dengan akad *wadiah yad dhamanah*.

9) Tabungan Mabruur

Tabungan dalam mata uang rupiah untuk membantu pelaksanaan ibadah haji dan umroh berdasarkan prinsip syariah dengan akad *mudharabah mutlaqah*.

10) Tabungan Mabruur Junior

Tabungan dalam mata uang rupiah untuk membantu pelaksanaan ibadah haji dan umroh untuk anak usia belum mencapai 17 tahun, berdasarkan prinsip syariah dengan akad *mudharabah muthlaqah*.

11) BSM Giro

Sarana penyimpanan dana dalam mata uang rupiah untuk kemudahan transaksi dengan pengelolaan berdasarkan prinsip *wadiah yad dhamanah*.

12) BSM Giro Valas

Sarana penyimpanan dana dalam mata uang US Dollar untuk kemudahan transaksi dengan pengelolaan berdasarkan prinsip *wadiah yad dhamanah* untuk perorangan atau non perorangan.



### 13) BSM Deposito

Investasi berjangka waktu tertentu dalam mata uang rupiah yang dikelola berdasarkan prinsip *mudharabah muthlaqah* untuk perorangan dan non perorangan.

### 14) BSM Deposito Valas

Investasi berjangka waktu tertentu dalam mata uang dollar yang dikelola berdasarkan prinsip *mudharabah muthlaqah* untuk perorangan dan non perorangan.

## b. Produk Penyaluran Dana

### 1) Pembiayaan Kepada Pensiunan

Pembiayaan kepada pensiunan merupakan penyaluran fasilitas pembiayaan konsumen (termasuk untuk pembiayaan multiguna) kepada para pensiunan, dengan pembayaran angsuran dilakukan melalui pemotongan uang pensiun langsung yang diterima oleh bank setiap bulan (pensiun bulanan). Akad yang digunakan adalah akad *murabahah* atau *ijarah*.

### 2) Pembiayaan Griya

Pembiayaan Griya adalah pembiayaan jangka pendek, menengah, atau panjang untuk membiayai pembelian rumah tinggal (konsumer), baik baru maupun bekas, di lingkungan *developer* dengan sistem *murabahah*.

### 3) Pembiayaan Kendaraan Bermotor

Pembiayaan Kendaraan Bermotor (PKB) merupakan pembiayaan untuk pembelian kendaraan bermotor dengan sistem *murabahah*. Pembiayaan yang dapat dikategorikan sebagai PKB adalah jenis kendaraan berupa mobil dengan kondisi kendaraan baru. Jangka waktu pembiayaan hingga 5 tahun.

### 4) Pembiayaan Usaha Mikro

Pembiayaan usaha mikro adalah pembiayaan yang diberikan untuk modal usaha kepada pedagang atau wiraswasta.

### 5) Pembiayaan Dana Berputar

Pembiayaan dana berputar adalah fasilitas pembiayaan modal kerja dengan prinsip *musyarakah* yang penarikan dananya dapat dilakukan sewaktu-waktu berdasarkan kebutuhan *riil* nasabah.

Akad *musyarakah* adalah kerja sama usaha patungan dua pihak atau lebih, pemilik modal (*syarik/shahibul maal*) untuk membiayai suatu jenis usaha (*masyru*) yang halal dan produktif.

### 6) Pembiayaan Modal Kerja

Pembiayaan modal kerja adalah pembiayaan jangka pendek yang diberikan untuk pemenuhan kebutuhan modal

kerja calon nasabah/nasabah. Misalnya untuk membiayai pembelian bahan baku, siklus/perputaran usaha, modal kerja, dan pembiayaan kontraktor.

7) Pembiayaan Gadai Emas

Gadai emas merupakan produk pembiayaan atas dasar jaminan berupa emas sebagai salah satu alternatif memperoleh uang tunai dengan cepat dan diperuntukkan untuk perorangan.

8) Pembiayaan Cicil Emas

Cicil emas adalah fasilitas yang disediakan oleh Mandiri Syariah untuk membantu nasabah untuk membiayai pembelian/kepemilikan emas berupa lantakan (batangan) dengan cara dicicil/angsuran. Jenis emas yang dibiayai adalah emas lantakan (batangan) dengan minimal jumlah gram adalah 10 gram.

c. Produk Investasi Dana

1) Reksadana

Reksadana adalah wadah yang dipergunakan untuk menghimpun dana dari masyarakat pemodal untuk selanjutnya diinvestasikan dalam portofolio efek oleh manajer investasi. Bank Syariah Mandiri telah terdaftar dan memiliki izin sebagai Agen Penjual Efek Reksadana dari Otoritas Jasa Keuangan. BAPEPAM-LK berdasarkan Surat

Tanda Terdaftar sebagai Agen Penjual Efek Reksadana No.25/BL/STTD/APERD/2007 tanggal 24 April 2007.

2) Suku Negara Ritel

Sukuk Negara Ritel merupakan investasi rakyat penuh manfaat. Bank Syariah Mandiri sebagai Agen Penjual di Pasar Perdana, menawarkan produk Surat Berharga Syariah Negara (SBSN) yang bersifat ritel atau yang dikenal dengan istilah Sukuk Negara Ritel. Sukuk Negara Ritel adalah Surat Berharga Syariah Negara (Sukuk Negara) yang dijual kepada individu atau perseorangan Warga Negara Indonesia melalui Agen Penjual di Pasar Perdana dalam negeri. Pemesanan pembelian Sukuk Negara Ritel hanya dapat dilakukan oleh perseorangan Warga Negara Indonesia yang dibuktikan dengan Kartu Tanda Penduduk (KTP) yang masih berlaku, dengan jumlah minimum pembelian ditetapkan oleh Pemerintah berdasarkan Memorandum Informasi yang diterbitkan setiap Penerbitan Sukuk Negara Ritel. Penunjukan Bank Syariah Mandiri sebagai Agen Penjual Sukuk Negara Ritel ditetapkan oleh Pemerintah.

d. Produk Layanan *Electronic Channel (E-Channel)* dan Valas

1) *BSM Card (ATM)*

*BSM Card* adalah produk kartu berteknologi chip yang diterbitkan oleh Bank Syariah Mandiri dan terhubung dengan

jaringan domestik serta memiliki fungsi utama sebagai kartu ATM dan kartu Debit yang dapat digunakan di seluruh mesin ATM/EDC domestik.

2) *BSM Mobile*

Mandiri Syariah *Mobile* merupakan layanan melalui saluran distribusi elektronik bank untuk mengakses rekening yang dimiliki nasabah di bank melalui jaringan komunikasi dengan sarana telpon seluler atau komputer tablet.

3) *BSM Net Banking*

Layanan transaksi perbankan melalui jaringan internet dengan alamat "<https://bsmnet.syariahamandiri.co.id>" yang dapat digunakan oleh nasabah.

4) *BSM Multi Level Account*

*BSM Net Banking Multi Level Account* adalah fitur tambahan pada *BSM Net Banking* yang disediakan BSM untuk memudahkan nasabah dalam mengatur/mengelola dana disetiap rekening nasabah yang memiliki fungsi berbeda sesuai kebutuhan nasabah. Jumlah level maksimum 10.

5) *BSM E-Money*

*BSM E-Money* adalah kartu prabayar berbasis *smart card* yang diterbitkan oleh BSM bekerjasama dengan Bank Mandiri bertujuan agar mudah dan praktis dalam melakukan

transaksi harian, tidak perlu membawa uang tunai dan direpotkan oleh uang kembalian.

6) BSM Jual Beli Valas

Pertukaran mata uang rupiah dengan mata uang asing atau mata uang asing dengan mata uang asing lainnya yang dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri dengan nasabah. Mata uang yang berlaku adalah *Saudi Arabia Riyal* (SAR) dan *United States Dollar* (USD). Transaksi jual beli ini menggunakan akad *Sharf*.

**3. Visi Misi Bank Syariah Mandiri**

a. Visi

“Bank Syariah Terdepan dan Modern”

1) Untuk Nasabah

BSM merupakan bank pilihan yang memberikan manfaat, menentramkan 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.
- 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.

**4. Budaya Bank Syariah Mandiri**

Dalam rangka mewujudkan Visi dan Misi BSM, insan-insan BSM perlu menerapkan nilai-nilai yang relatif seragam. Insan-insan BSM telah menggali dan menyepakati nilai-nilai dimaksud, yang kemudian disebut *BSM Shared Values*, *BSM Shared Values* tersebut adalah *ETHIC (Excellenc, Teamwork, Humanity, Integrity, dan Customer Focus)*.

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.

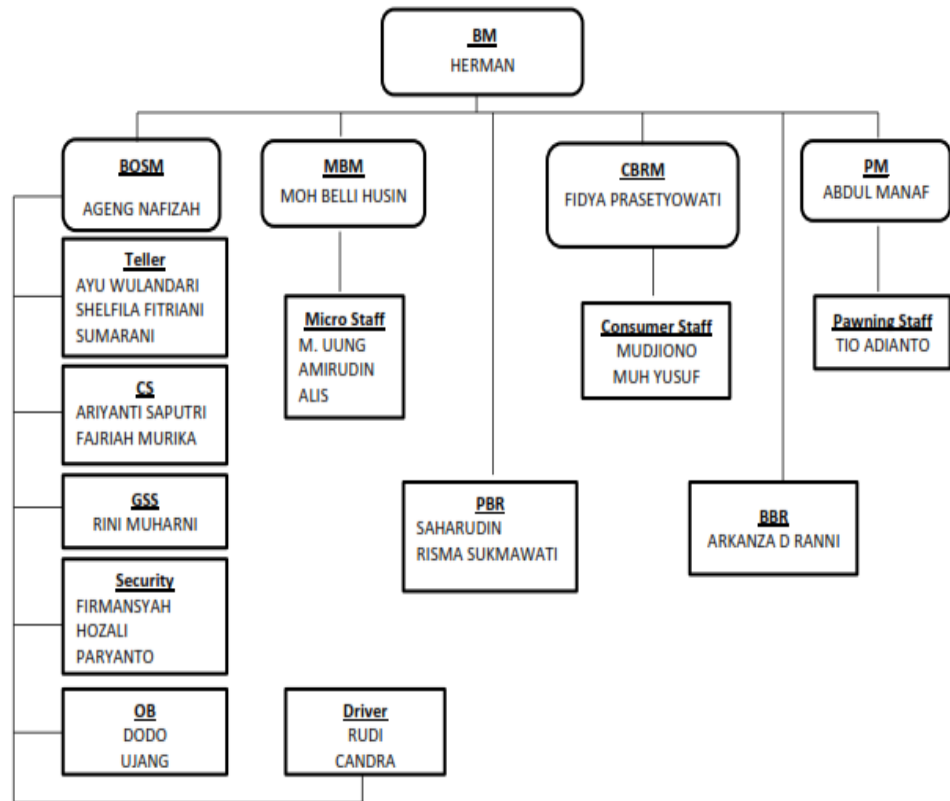
e. *Customer Focus*

Berorientasi kepada kepuasan pelanggan yang berkesinambungan dan saling menguntungkan.

## **5. Struktur Organisasi**

Struktur organisasi adalah gambaran dari tugas, wewenang dan tanggung jawab serta hubungan kerjasama antara bagian kerja sehingga jelas pembagian kerja dan fungsinya agar tujuan perusahaan dapat tercapai dengan baik. Berikut ini merupakan gambar dan penjelasan struktur organisasi Bank Syariah Mandiri cabang Ciputat, yaitu:





Sumber: <http://sipp.bsm.co.id>

**Gambar 4.1**  
**Struktur Organisasi Bank Syariah Mandiri Cabang Ciputat**

**Tugas dan Wewenang Jabatan:**

a. *Branch Manager* (BM)

Tanggung jawab utamanya adalah :

- 1) Memastikan tercapainya target bisnis cabang yang telah didapatkan berikut unit kerja dibawah koordinasinya, meliputi: pendanaan, pembiayaan, *fee based* dan laba bersih baik secara kuantitatif maupun kualitatif.

- 2) Memastikan kepatuhan, tingkat kesehatan dan prudensialitas seluruh aktifitas cabang.
- 3) Memastikan pengendalian dan pembinaan cabang dan jaringan yang ada di bawah koordinasinya.
- 4) Memastikan terlaksananya standar layanan nasabah di cabang dan jaringan yang di bawahnya.
- 5) Memastikan pelaporan (intern dan ekstern) dilakukan secara akurat dan tepat waktu.
- 6) Memastikan kelengkapan, kerapihan dan keamanan dari dokumentasi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- 7) Memastikan tindak lanjut hasil audit intern/ekstern.

b. *Branch Operasional and Services Manager (BOSM)*

Tanggung jawabnya adalah :

- 1) Memastikan layanan nasabah yang optimal dan sesuai standar.
- 2) Memastikan pelaksanaan seluruh kegiatan administrasi, dokumentasi dan kearsipan sesuai dengan ketentuan.
- 3) Memastikan ketersediaan likuiditas.
- 4) Memastikan terkendalinya biaya operasional dengan efisien.
- 5) Mengesahkan pembukaan dan penutupan rekening.
- 6) Melakukan *approval* pada *Complaint Management System (CMS)*

7) Melakukan *approval* permintaan kartu ATM instant & regular.

c. *Micro Banking Manager* (MBM)

Tanggung jawabnya adalah :

- 1) Memastikan tercapainya target bisnis, yaitu pembiayaan, pendanaan dan *fee based*.
- 2) Memastikan kualitas aktiva produktif dalam kondisi *performing, financing* dan *maintenance* terhadap seluruh nasabah segmen mikro.
- 3) Memastikan pelaksanaan penagihan, restrukturisasi dan *recovery* nasabah kol 1 sampai dengan *write off* sesuai target yang ditetapkan.

d. *Consumer Banking Relationship Manager* (CBRM)

Adapun tanggung jawabnya sebagai berikut :

- 1) Mengkoordinasikan personal yang menjadi tanggung jawabnya sesuai struktur organisasi baik dalam hal pekerjaan dan peningkatan kemampuan kerja.
- 2) Mengkoordinasikan pemasaran produk pembiayaan ritel sesuai ketentuan yang berlaku.
- 3) Memberikan masukan kepada direksi dalam rangka pengembangan produk dan pemasaran.
- 4) Mengkoordinasikan pelaksanaan pemantauan penagihan pinjaman.

- 5) Menandatangani bukti transaksi pengeluaran sesuai keperluan operasional perusahaan.
- 6) Turut serta sebagai komite sumber dana diluar tabungan dan deposito.

e. *Pawning Manager* (PM)

Tanggung jawabnya adalah :

- 1) Mencapai tingkat serta volume aktifitas pemasaran, operasional dan layanan gadai yang efektif dan efisien sesuai dengan target yang telah ditetapkan secara *prudent*.
- 2) Memastikan akurasi penaksiran barang jaminan.

f. *Teller*

Ringkasan pekerjaan *teller* yaitu melayani kegiatan transaksi uang tunai, non tunai, surat-surat berharga, dan kegiatan kas lainnya sesuai standar layanan perbankan. Sedangkan tanggung jawab utamanya adalah sebagai berikut :

- 1) Menjalankan transaksi keuangan atas perintah nasabah baik tunai maupun non tunai.
- 2) Mengelola saldo kas *teller* sesuai limit yang ditentukan.
- 3) Mengelola uang yang layak dan tidak layak edar/uang palsu.
- 4) Menjaga keamanan dan kerahasiaan kartu spesimen tandatangan.
- 5) Melakukan *cash count* akhir hari.
- 6) Mengisi uang tunai di mesin ATM BSM.

7) Menyediakan laporan transaksi harian.

g. *Customer Service (CS)*

Ringkasan pekerjaan *customer service* yaitu melaksanakan kegiatan operasional dan melayani nasabah sesuai dengan ketentuan bank dan standar pelayanan. Sedangkan tanggung jawab utamanya adalah sebagai berikut:

- 1) Memberikan informasi produk dan jasa BSM kepada nasabah.
- 2) Memproses permohonan pembukaan dan penutupan rekening tabungan, giro, dan deposito.
- 3) Menyampaikan dokumen berharga bank dan Kartu ATM kepada nasabah.
- 4) Membuat laporan pembukaan dan penutupan rekening, keluhan nasabah serta *stock opname* kartu ATM.
- 5) Memblokir kartu ATM sesuai permintaan nasabah.
- 6) Melayani permintaan buku Cek/Bilyet Giro, surat referensi bank/surat keterangan bank dan sebagainya.
- 7) Memelihara persediaan kartu ATM sesuai kebutuhan.
- 8) Memastikan tersedianya media promosi produk dan jasa BSM di cabang.
- 9) Menindaklanjuti dan menyelesaikan keluhan nasabah.
- 10) Memproses transaksi pengiriman dan pembayaran melalui *western union*.

- 11) Memproses transaksi pengiriman dan pembayaran melalui *western union*.
- 12) Melakukan *maintenance* terhadap nasabah *eksisting* (*crossselling* produk dan *top up*).
- 13) Melakukan standar layanan optimal kepada nasabah sesuai SLA.
- 14) Mendistribusikan salinan rekening koran kepada nasabah.
- 15) Menginput data *customer & loan facility* yang lengkap dan akurat.
- 16) Menerima berkas permohonan nasabah *walk in* segmen konsumen (antara lain implan konsumen, cicil emas, dan pensiunan).
- 17) Melaksanakan proses pembiayaan (implan/pensiunan/cicil emas/umroh) nasabah *walk in*.

h. *General Support Staff* (GSS)

Adapun tugas dan tanggung jawab GSS adalah memastikan penyediaan kebutuhan dan keamanan sarana dan prasarana kantor untuk mendukung kegiatan operasional dan bisnis di *branch office*.

i. *Security*

*Security* bertugas dan bertanggung jawab dalam menjaga dan memastikan keamanan aset kantor didalam maupun diluar kantor

selama bertugas, dan menjalankan aktifitas berdasarkan standar operasional kerja.

j. *Office Boy* (OB)

Menjadi petugas untuk diperbantukan demi kelancaran operasional bank berlangsung. Adapun tanggung jawabnya sebagai berikut:

- 1) Menjaga kebersihan dan perawatan gedung beserta fasilitas dan inventaris kantor.
- 2) Mengatur dan menjaga stok kebutuhan logistik kantor.
- 3) Mengatur pengiriman surat atau barang, mencatat surat-surat masuk, serta mendistribusikan dan mengarsipnya dengan baik.
- 4) Menjawab telepon masuk pada meja operator dengan benar.
- 5) Mengoperasikan mesin fotocopy dan membantu mendokumentasikan file pembiayaan dengan baik.
- 6) Memastikan sarana dan prasarana kantor dapat berfungsi dengan baik.
- 7) Menjaga dan memelihara sepeda motor, ketersediaan BBM, termasuk pembiayaan pajak, serta pengurusan surat-surat kendaraan.
- 8) Memastikan ketersediaan konsumsi bagi karyawan yang bekerja lembur.

k. *Driver*

Tanggung jawabnya adalah:

- 1) Menjaga dan memastikan kendaraan dinas dalam kondisi yang terawat dengan baik, aman, dan layak jalan.
- 2) Mengoperasikan kendaraan dengan baik dan benar.
- 3) Memastikan ketersediaan BBM dalam kondisi yang stabil.
- 4) Memastikan pegawai yang menggunakan kendaraan sampai ke tujuan dengan selamat dan tepat waktu.
- 5) Memastikan setiap karyawan yang menggunakan kendaraan dinas sudah mendapatkan izin dari pejabat yang berwenang.

l. *Micro Staff (MS)*

Mencari debitur untuk melakukan pembiayaan mikro (pengusaha/pedagang).

m. *Consumer Staff*

Meningkatkan pertumbuhan bisnis pada segmen *consumer banking* yang meliputi pendanaan dan pembiayaan.

n. *Priority Business Relationship (PBR)*

Melakukan fungsi *financial advisory*, *program service*, aktivasi penjualan produk-produk perbankan serta *maintenance* nasabah prioritas yang berorientasi terhadap peningkatan *asset* nasabah.



o. *Business Banking Relationship* (BBR)

Memasarkan produk dan mencari perluan pasar segmen *Business Banking*, membina dan mengembangkan hubungan dengan nasabah untuk memantau dan mempertahankan kualitas pembiayaan dari debitur yang menjadi kelolaannya untuk mencapai pertumbuhan portofolio pembiayaan yang sehat dan tingkat profitabilitas yang tinggi dengan analisa pembiayaan yang *comprehensive* dan akurat sesuai ketentuan berlaku.

p. *Pawning Staff* (PS)

Adapun tugas dan Tanggung jawabnya adalah:

- 1) Memastikan kelengkapan dokumen aplikasi gadai.
- 2) Menindaklanjuti permohonan pembiayaan gadai sesuai ketentuan yang berlaku.
- 3) Melakukan penaksiran terhadap barang jaminan gadai emas.

## **6. Karakteristik Responden**

Responden dalam penelitian ini yaitu nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Ciputat, dengan jumlah responden sebanyak 221 orang. 221 kuesioner telah diberikan kepada responden dan sudah isi secara lengkap dan benar sehingga dapat dianalisis lebih lanjut.

Dari 221 responden berdasarkan jenis kelamin terdiri atas 89 (40,28%) laki-laki dan 132 (59,72%) perempuan, sedangkan berdasarkan jenis agama terdiri atas 219 (99,1%) beragama Islam dan 2 (0,9%) beragama non Islam dari 2 responden tersebut berusia 28 dan

37 tahun. Karakteristik responden dikelompokkan berdasarkan usia, pendidikan terakhir, status pernikahan, pekerjaan dan penghasilan perbulan, untuk memperjelas karakteristik responden yang dimaksud, maka disajikan ke dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4.1  
Distribusi Responden menurut Usia

<b>Usia</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
18 – 27	105	47,51
28 – 37	79	35,75
38 – 47	26	11,76
48 – 57	7	3,17
58 – 67	4	1,81
<b>Jumlah</b>	<b>221</b>	<b>100</b>

Mencermati pada tabel di atas, maka diperoleh data responden berdasarkan usia tertinggi yaitu 105 (47,51%) yang berkisar 18-27 tahun, 79 (35,75%) yang berkisar 28-37 tahun, 26 (11,76%) yang berkisar 38-47 tahun, 7 (3,17%) yang berkisar 48-57 tahun, 4 (1,81%) yang berkisar 58-67 tahun. Dengan demikian, telah diketahui bahwa responden berdasarkan usia sebagian besar yang berkisar 18-27 tahun, maka selanjutnya responden dikelompokkan berdasarkan pendidikan terakhir ke dalam 3 kategori. Sebagaimana dituliskan dalam tabel di bawah ini:

Tabel 4.2  
Distribusi Responden menurut Pendidikan Terakhir

<b>Pendidikan Terakhir</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
Perguruan Tinggi	117	52,94
SMA	88	39,82
SMP	16	7,24
<b>Jumlah</b>	<b>221</b>	<b>100</b>

Memperhatikan tabel di atas, responden dengan frekuensi tertinggi yaitu pendidikan terakhir dari perguruan tinggi yang berjumlah 117 (52,94%), 88 (39,82%) dari SMA dan 16 (7,24%) dari SMP. Dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden pendidikan terakhirnya adalah perguruan tinggi. Selanjutnya responden dikelompokkan berdasarkan status pernikahan yang disajikan ke dalam tabel berikut:

Tabel 4.3  
Distribusi Responden menurut Status Pernikahan

<b>Status Pernikahan</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
Sudah Menikah	115	52,04
Belum Menikah	101	45,70
<i>Single Divorce</i> (Duda/Janda)	5	2,26
<b>Jumlah</b>	<b>221</b>	<b>100</b>

Memperhatikan tabel di atas, maka diperoleh responden terbanyak yaitu dengan status pernikahan sudah menikah berjumlah

115 (52,04%), 101 (45,70%) yang belum menikah, dan 5 (2,26%) yang *single divorce* (duda/janda). Dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden sudah menikah. Selain itu, responden dikelompokkan berdasarkan pekerjaannya ke dalam 7 kategori. Untuk lebih jelasnya disajikan dalam tabel di bawah ini:

Tabel 4.4  
Distribusi Responden menurut Pekerjaan

<b>Pekerjaan</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
Karyawan Swasta	94	42,53
Wiraswasta	37	16,74
Pegawai Negeri Sipil (PNS)	17	7,7
Pelajar/Mahasiswa	49	22,18
Ibu Rumah Tangga (IRT)	18	8,14
Lainnya	6	2,71
<b>Jumlah</b>	<b>221</b>	<b>100</b>

Berdasarkan pekerjaan diperoleh paling banyak yang berjumlah 94 (42,53%) dari karyawan swasta, 37 (16,74%) dari wiraswasta, 17 (7,7%) dari PNS, 49 (22,18%) dari pelajar/mahasiswa, 18 (8,14%) dari IRT, dan 6 (2,71%) dari lainnya. Maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden dengan pekerjaan karyawan swasta. Mengacu pada karakteristik responden di atas, selanjutnya dikelompokkan berdasarkan penghasilan responden perbulan yang dibagi dalam 6 kategori, untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.5  
Distribusi Responden menurut Penghasilan Perbulan

<b>Penghasilan Perbulan</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
< 3.000.000	101	45,70
< 6.000.000	103	46,61
< 9.000.000	11	4,98
< 12.000.000	3	1,36
< 15.000.000	1	0,45
Lainnya	2	0,90
<b>Jumlah</b>	<b>221</b>	<b>100</b>

Tabel di atas menunjukkan penghasilan perbulan terbanyak 103 (46,61%) sekitar < 6.000.000, 101 (45,70%) sekitar < 3.000.000, 11 (4,98%) sekitar < 9.000.000, 3 (1,36%) sekitar < 12.000.000, 1 (0,45%) sekitar < 15.000.000, dan 2 (0,90%) penghasilan lainnya. Adapun penghasilan lainnya yang disajikan pada tabel di atas adalah penghasilan yang berkisar > 15.000.000.

Mencermati seluruh karakteristik responden di atas, dapat dianalisis bahwa berdasarkan jenis kelamin sebagian besar responden adalah perempuan sebesar 132 (59,72%), berdasarkan agama sebagian besar responden adalah Islam sebesar 219 (99,1%), berdasarkan usia sebagian besar responden adalah yang berkisar 18-27 tahun sebesar 105 (47,51%), berdasarkan pendidikan terakhir sebagian besar responden adalah perguruan tinggi sebesar 117 (52,94%), berdasarkan status pernikahan sebagian besar responden adalah sudah menikah

sebesar 115 (52,04%), berdasarkan pekerjaan sebagian besar responden adalah karyawan swasta sebesar 94 (42,53%), dan berdasarkan penghasilan perbulan sebagian besar responden adalah sekitar < 6.000.000 sebesar 103 (46,61%).

**7. Deskripsi Data Tingkat Kepuasan Nasabah terhadap Pelayanan *Frontliner***

Data yang disajikan skor deskriptif ini adalah skor dari kepuasan nasabah terhadap pelayanan *frontliner*. Berdasarkan hasil analisis deskriptif diperoleh data sebagaimana disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4.6  
Distribusi Data Hasil Penelitian Tingkat Kepuasan Nasabah terhadap Pelayanan *Frontliner*

<b>Parameter Statistik</b>	<b>Tingkat Kepuasan Nasabah terhadap Pelayanan <i>Frontliner</i></b>
Skor Terendah	93
Skor Tertinggi	155
Jumlah Skor	27069
Rerata Skor	122,484
Modus	122
Median	122
Standar Deviasi	10,601
Variansi	112,387

Data penelitian tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan *frontliner* diperoleh dengan instrumen kuesioner yang terdiri atas 31 butir pernyataan dengan menggunakan skala likert. Rentang skor

teoritik adalah 31-155. Skor tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan *frontliner* dapat dilihat pada lampiran.

Berdasarkan data yang diperoleh dari 221 responden, diketahui rentang skor empirik terendah adalah 93 dan tertinggi adalah 155. Rerata skor tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan *frontliner* adalah 122,484; median skor tingkat kepuasan nasabah sebesar 122; modus atau pada umumnya skor tingkat kepuasan nasabah sebesar 122; simpangan baku atau selisih masing-masing skor terhadap rerata sebesar 10,601; dan variansinya sekitar 112,387.

Jika skor rerata teoritik adalah  $\frac{1}{2} (31+155) = 93$  dan skor rerata empirik adalah 122,484, maka skor rerata empirik lebih tinggi dari skor rerata teoritik. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan *frontliner* adalah tinggi.

Distribusi skor tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan *frontliner* setelah dihitung menggunakan metode Sturges, diperoleh skor terendah 93 dan skor tertinggi 155, sehingga diperoleh jumlah kelas interval 9 dan panjang kelas interval 7. Untuk lebih jelasnya hasil pengelompokkan dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.7  
Distribusi Frekuensi Tingkat Kepuasan Nasabah terhadap  
Pelayanan *Frontliner*

No.	Kelas Interval	Frekuensi			
		Frekuensi Absolut	Frekuensi Relatif	Fkum Relatif Bawah	Fkum Relatif Atas
1.	93 – 99	1	0,46	0,46	100
2.	100 – 106	10	4,52	4,98	99,54
3.	107 – 113	36	16,29	21,27	95,02
4.	114 – 120	46	20,81	<b>42,08</b>	78,73
5.	121 – 127	63	<b>28,51</b>	70,59	57,92
6.	128 – 134	42	19	89,59	<b>29,41</b>
7.	135 – 141	10	4,52	94,11	10,41
8.	142 – 148	9	4,08	98,19	5,89
9.	149 – 155	4	1,81	100	1,81
<b>Jumlah</b>		<b>221</b>	<b>100</b>		

Tabel di atas menunjukkan frekuensi relatif, frekuensi relatif bawah, dan frekuensi relatif atas tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan *frontliner*. Artinya tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan *frontliner* sebesar 28,51% berada disekitar rerata; 42,08% di bawah rerata; dan 29,41% di atas rerata.

Sebagaimana telah digambarkan di atas bahwa skor empirik tertinggi sebesar 155 dan skor empirik terendah sebesar 93.

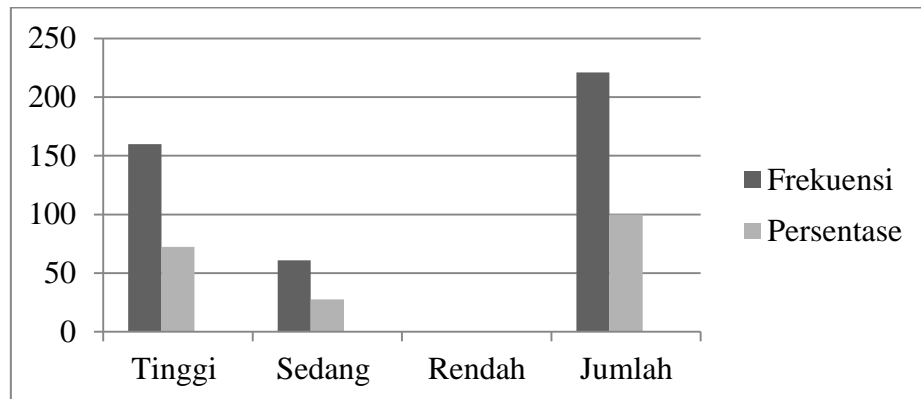


Selanjutnya tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan *frontliner* dikelompokkan ke dalam tiga kategori, yaitu tinggi, sedang, dan rendah. Kategori kepuasan tinggi, jika responden memperoleh skor 113-155, kepuasan sedang memperoleh skor 72-112, kepuasan rendah memperoleh skor 31-71. Untuk lebih jelasnya distribusi responden berdasarkan kategori tingkat kepuasan nasabah dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.8  
Distribusi Responden Berdasarkan Kategori Tingkat Kepuasan  
Nasabah terhadap Pelayanan *Frontliner*

<b>Kategori</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Tinggi (T)	160	72,4
Sedang (S)	61	27,6
Rendah (R)	0	0
<b>Jumlah</b>	<b>221</b>	<b>100</b>

Tabel di atas menggambarkan bahwa kategori tingkat kepuasan nasabah tinggi memperoleh skor 72,4%, kategori sedang memperoleh skor 27,6%, dan kategori rendah 0. Artinya tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan *frontliner* adalah tinggi. Selanjutnya digambarkan ke dalam grafik di bawah ini:



**Grafik 4.1**  
**Diagram Batang Kategori Tingkat Kepuasan Nasabah terhadap Pelayanan Frontliner**

Berdasarkan analisis lebih mendalam terhadap kategori masing-masing dimensi dengan menggunakan teori Irawan yaitu kepuasan pelanggan, dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 4.9**  
**Distribusi Kategori Tingkat Kepuasan Nasabah terhadap Pelayanan Frontliner**

No.	Dimensi	Tinggi		Sedang		Rendah		Total	
		F	%	F	%	F	%	F	%
1.	Kualitas Layanan	189	85,52	32	14,48	0	0	221	100
2.	Kualitas Produk	125	56,57	95	42,98	1	0,45	221	100
3.	Faktor Emosional	150	67,88	71	32,12	0	0	221	100
4.	Kemudahan	157	71,04	64	28,96	0	0	221	100

Berdasarkan tabel di atas, nampak bahwa dimensi pertama yaitu kualitas layanan dalam kepuasan nasabah 85,52% berkategori tinggi, 14,48% kategori sedang, dan 0% kategori rendah. Dimensi kedua kualitas produk dalam kepuasan nasabah 56,57% berkategori tinggi,

42,98% kategori sedang, dan 0,45% kategori rendah. Dimensi ketiga faktor emosional dalam kepuasan nasabah 67,88% berkategori tinggi, 32,12% kategori sedang, dan 0% kategori rendah. Dimensi keempat kemudahan dalam kepuasan nasabah 71,04% berkategori tinggi, 28,96% kategori sedang, dan 0% kategori rendah.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan **tinggi** dibandingkan kualitas produk, faktor emosional dan kemudahan. Kualitas produk, faktor emosional dan kemudahan **sedang** saja. Dan dari keempat dimensi kepuasan nasabah di atas, yang memperoleh kategori rendah hanya kualitas produk.

Berdasarkan rerata masing-masing dimensi dari kepuasan nasabah terhadap pelayanan *frontliner*, yaitu kualitas layanan 44,68, kualitas produk 25,95, faktor emosional 27,86, dan kemudahan 23,98. Dari rerata yang disebutkan menunjukkan bahwa rerata dimensi kualitas layanan paling tinggi dari dimensi yang lain.

## **B. Pembahasan Hasil Penelitian**

Berdasarkan hasil analisis data di atas diketahui bahwa tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan *frontliner* adalah tinggi sebesar 72,4%, oleh karena itu bank syariah harus mempertahankan upaya kualitas layanan, kualitas produk, faktor emosional, dan kemudahan sehingga dapat meningkatkan kepuasan nasabah dan tercapainya keuntungan/laba Bank Syariah.

Berdasarkan hasil analisis data lebih lanjut terhadap kepuasan nasabah pelayanan *frontliner* pada dimensi kualitas layanan 85,52% berkategori tinggi, 14,48% kategori sedang, dan 0% kategori rendah, dimensi kualitas produk 56,57% berkategori tinggi, 42,98% kategori sedang, dan 0,45% kategori rendah, dimensi faktor emosional 67,88% berkategori tinggi, 32,12% kategori sedang, dan 0% kategori rendah, dan dimensi kemudahan 71,04% berkategori tinggi, 28,96% kategori sedang, dan 0% kategori rendah. Terkait persentase tiap dimensi kepuasan nasabah tersebut kontribusi tertinggi terhadap kepuasan nasabah pelayanan *frontliner* adalah dimensi kualitas layanan sebesar 85,52%, maka bank syariah perlu mempertahankan melalui: bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati, dan kontribusi terendah terhadap kepuasan nasabah pelayanan *frontliner* adalah kualitas produk sebesar 56,57%, untuk kualitas produk harus menjadi perhatian khusus bagi Bank Syariah Mandiri Cabang Ciputat untuk lebih meningkatkan kualitas produk melalui: kinerja, daya tahan, fitur, estetika, kesesuaian dengan spesifikasi, dan *serviceability*. Namun berdasarkan rerata masing-masing dimensi untuk mengukur kepuasan nasabah terhadap pelayanan *frontliner*, yaitu kualitas layanan 44,68, kualitas produk 25,95, faktor emosional 27,86, dan kemudahan 23,98. Kontribusi tertinggi terhadap kepuasan nasabah pelayanan *frontliner* tetap pada dimensi kualitas layanan sebesar 44,68 dan kontribusi terendah terhadap kepuasan nasabah pelayanan *frontliner* adalah dimensi kemudahan sebesar 23,98, Dimensi kemudahan juga harus menjadi

perhatian khusus bagi Bank Syariah Mandiri Cabang Ciputat untuk meningkatkan kemudahan dalam produk/jasa yang ditawarkan kepada nasabah.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian mengenai tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan *frontliner*, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan *frontliner* pada Bank Syariah Mandiri Cabang Ciputat Tangerang Selatan adalah tinggi sebesar 72,4%.
2. Persentase kontribusi tiap dimensi terhadap tingkat kepuasan nasabah pelayanan *frontliner*, yaitu kualitas layanan 85,52%, kualitas produk 56,57%, faktor emosional 67,88%, dan kemudahan 71,04%. Kontribusi tertinggi terhadap tingkat kepuasan nasabah pelayanan *frontliner* adalah dimensi kualitas layanan dan kontribusi terendah terhadap tingkat kepuasan nasabah pelayanan *frontliner* adalah dimensi kualitas produk. Sedangkan berdasarkan rerata tiap dimensi mengenai tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan *frontliner*, yaitu dimensi kualitas layanan 44,68, kualitas produk 25,95, faktor emosional 27,86, dan kemudahan 23,98. Kontribusi tertinggi terhadap tingkat kepuasan nasabah pelayanan *frontliner* tetap pada dimensi kualitas layanan dan kontribusi terendah terhadap tingkat kepuasan nasabah pelayanan *frontliner* adalah dimensi kemudahan.

## **B. Saran**

Berkaitan dengan kesimpulan, maka diperlukan saran-saran sebagai berikut:

1. Untuk mempertahankan tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan *frontliner* pada Bank Syariah Mandiri Cabang Ciputat Tangerang Selatan.
2. Untuk kontribusi tertinggi terhadap tingkat kepuasan nasabah pelayanan *frontliner*, maka disarankan untuk mempertahankan kualitas layanan dengan cara: bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati, dan kontribusi terendah terhadap tingkat kepuasan nasabah pelayanan *frontliner*, maka disarankan untuk meningkatkan kualitas produk dengan cara: kinerja, daya tahan, fitur, estetika, kesesuaian dengan spesifikasi, dan *serviceability*. Sedangkan berdasarkan rerata kontribusi terendah terhadap tingkat kepuasan nasabah pelayanan *frontliner*, maka disarankan untuk meningkatkan kemudahan dengan cara: mudah dipelajari, mudah digunakan dan fleksibel.

## DAFTAR PUSTAKA

### Sumber Buku

- Al Arif, M. Nur Rianto. *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta. 2010.
- Anshori, Abdul Ghofur. *Hukum Perbankan Syariah*. Bandung: PT Refika Aditama. 2013.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT Rineka Cipta. 2006.
- Astuti, Tri. *Kualitas Pelayanan Nasabah*. Yogyakarta: Sleman. 2010.
- Bungin, Burhan. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana. 2008.
- Departemen Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemahnya*. Bandung: PT Syaamil Cipta Media. 2005.
- Fahmi, Irham. *Pengantar Perbankan Teori & Aplikasi*. Bandung: Alfabeta. 2014.
- Firmansyah, Anang. *Perilaku Konsumen Sikap dan Pemasaran*. Yogyakarta: CV Budi Utama. 2018.
- Hidayatullah, Syarif. *Praktik Perbankan Syariah Di Indonesia*. Tangerang Selatan: Gaung Persada (GP) Press Jakarta. 2017.
- Ikatan Bankir Indonesia. *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama. 2014.
- Is, Muhamad Sadi. *Konsep Hukum Perbankan Syariah*. Malang: Setara Press. 2015.
- Ismail. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2011.
- Kasmir. *Etika Customer Service*. Jakarta: Rajawali Pers. 2011.



- Kasmir. *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana, 2010.
- Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat. 2008.
- Lupiyoadi, Rambat. *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktik*. Jakarta: Salemba Empat. 2001.
- Muhammad. *Manajemen Dana Bank Syariah*. Jakarta: Rajawali Pers. 2015.
- Nasution, M. Nur. *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Manajemen)*. Bojongkerta: Ghalia Indonesia. 2005.
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: CV Andi Offset. 2013.
- Sentono, Prawiro. *Manajemen Operasi: Analisis dan Studi Kasus*. Jakarta: Bumi Aksara. 2000.
- Soemitra, Andri. *Bank & Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Kencana. 2009.
- Sudaryono. *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: CV. Andi Offset. 2016.
- Sudaryono. *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Pemasaran*. Jakarta: Lentera Ilmu Cendikia. 2014.
- Tjiptono, Fandy. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi. 2004.
- Tjiptono, Fandy. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: CV. Andi Offset. 2014.
- Umam, Khaerul. *Manajemen Perbankan Syariah*. Bandung: CV Pustaka Setia. 2013.
- Undang-undang No.21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah.
- Wirartha, Made. *Metode Penelitian Sosial Ekonomi*. Yogyakarta: Andi. 2006.
- Yusuf, A. Muri. *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana. 2014.

## Sumber Jurnal

- Amrullah. "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda". *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*. 13 (2). 2016.
- Atmaja, Jaka. "Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Pada Bank BJB". *Jurnal Ecodemica*. 2 (1). 2018.
- Hariyati, Ekowati Sri. "Pengaruh Ekuitas Merek, Faktor Emosional, dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada Pengguna Oppo Smartphone di Surakarta". *Skripsi Institut Agama Islam Negeri Surakarta*. [www.eprints.iain-surakarta.ac.id](http://www.eprints.iain-surakarta.ac.id). diakses 12 Januari 2020.
- Juairiah. "Pengaruh Kualitas Layanan *Frontliner* terhadap Tingkat Kepuasan Pelayanan Nasabah pada PT. Bank Sumselbabel Syariah Cabang Palembang". dalam *Jurnal Muqtashid*. 1 (1). 2016.
- Khakim, Abdul. "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan dan Kelompok Referensi terhadap Penggunaan Alat Pembayaran menggunakan Kartu (APMK)". *Skripsi Institut Agama Islam Negeri Salatiga*. [www.e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id/2549/](http://www.e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id/2549/). diakses 12 Januari 2020.
- Koeswara, Sonny dan Muslimah. "Analisis Besarnya pengaruh Kinerja Pelayanan (Service Performance) *Frontliner* dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah Prioritas PT. BCA". *Jurnal PASTI*. VIII (1). 2014.
- Mayangsari, Yashinta. "Sistem Antrian *Teller* Bank Mandiri sebagai Upaya Meningkatkan Efisiensi Kecepatan Transaksi". *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 1 (1). 2016.
- Muhlisah, Siti. Skripsi. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Frontliner Terhadap Kepuasan Nasabah Pada BRI Syariah Kantor Cabang Tangerang BSD*. Program Studi Manajemen Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta. 2018.
- Nasution, Mislah Hayati. "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah terhadap Internet Banking". *Jurnal Nisbah*. 1 (1). 2015.

- Nuviana, Wahyu. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Kesehatan terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna BPJS di UPTD. Puskesmas". *eJurnal Ilmu Pemerintahan*. 6 (4). 2018.
- Pundenswari, Pupung. "Analisa Pengaruh Kualitas Pelayanan Publik bidang Kesehatan terhadap Kepuasan Masyarakat". *Jurnal Publik*. 11 (1). 2017.
- Reni, Dewi dan Siri Asmawati. "Kualitas Pelayanan Frontliner dan Kepuasan Nasabah". *Jurnal Islaminomic*. 7 (2). 2016.
- Riyono. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua di Kota Pati". *Jurnal STIE Semarang*. 8 (2). 2016.
- Satriyanti, Evi Oktaviani. "Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Nasabah dan Citra Bank Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Muamalat di Surabaya". *Journal of Business and Banking*. 2 (2). 2012.
- Susilawati. "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah Debitur pada PT. BTPN Purna Bakti Cabang Jambi". *Smart Study & Management Research*. XIV (3). 2017.
- Tho'in, Muhammad. "Pengaruh Faktor-faktor Kualitas Jasa terhadap Kepuasan Nasabah di Baitul Mal Wat Tamwil (BMT) Tekun Karanggede Boyolali". *Muqtasid Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*. 2 (1). 2011.
- Ula, Ahmad Mutamimul. Skripsi. *Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Pelayanan dan Produk Pembiayaan Mikro di Pegadaian Syariah Cabang Ciputat*. Konsentrasi Perbankan Syariah Program Studi Muamalat (Ekonomi Islam) Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. 2016.
- Yuniarti, Dessy. Skripsi. *Pengaruh Mutu layanan Frontliner Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Rakyat Indonesia Syariah Cabang Kendari*. Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomu dan Bisnis Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kendari. 2017.



**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 : <sup>13</sup>/F.6.I-UMJ/II/2020

Hal : Permohonan Riset/Penelitian

Jakarta 13 Jumadits Tsani 1441 H

7 Februari 2020 M

Kepada Yth.  
Kepala Bank Syariah Mandiri Cabang Tangerang Ciputat  
Jl. Ir. H. Juanda No.111-112, Ciputat, Tangerang Selatan

*Assalamu 'alaikum W. W.*

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

Nama : TARA REFALDA  
Nomor Pokok : 2016570009  
Tempat Tgl/Lahir : Banjarnegara, 19 MARET 1998  
Program Studi : Manajemen Perbankan Syariah  
Jenjang : Strata Satu (SI)  
No. HP : 089621829930

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

*"Tingkat Kepuasan Nasabah terhadap Layanan Frontliner pada Bank Syariah mandiri Kantor Cabang Tangerang Ciputat, Tangerang Selatan"*

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

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



Tembusan:  
I. Yth. Dekan (Sebagai Laporan)

...an I,  
...din, M.A.



**mandiri**  
syariah

**PT Bank Syariah Mandiri**  
Cabang Tangerang Ciputat  
Jl. Ir. Juanda No. 111-112, Ciputat  
Tangerang Selatan 15412, Indonesia  
Tel. +6221 742 5267, 7471 6706  
Fax. +6221 742 3018  
www.syariahmandiri.co.id

## **SURAT KETERANGAN**

No. 22/185-3/101

PT BANK SYARIAH MANDIRI KC Tangerang Ciputat yang berkedudukan di Jalan Ir H Juanda No. 111-112 Ciputat Timur Tangerang Selatan, dengan ini menerangkan bahwa:

Nama: Tara Refalda  
NIM: 2016570009  
Program Studi: Managemen Perbankan Syariah  
Universitas: Universitas Muhammadiyah Jakarta

Telah melaksanakan Penelitian Riset Skripsi di PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Tangerang Ciputat tanggal 18 Februari 2020. Judul Tugas Akhir yang diteliti adalah "Tingkat Kepuasan Nasabah terhadap Layanan *Frontliner* pada Bank Syariah Mandiri KC Tangerang Ciputat, Tangerang Selatan".

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Tangerang, 19 Februari 2020

PT BANK SYARIAH MANDIRI  
CABANG TANGERANG CIPUTAT



Herman  
Branch Manager



Ageng Nafizah Puspita  
Branch Operation & Service 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 : TARA REFALDA  
No. Pokok : 2016570009  
Judul Skripsi : ~~Pengaruh Pembiayaan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) terhadap~~  
~~Kepuasan Nasabah pada Bank Syariah Mandiri Ciputat~~  
Tingkat Kepuasan Nasabah terhadap Pelayanan Frontline  
pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Ciputat  
Pembimbing : Ibu Dra. Romlah, M.Pd. Tangerang Selatan  
Tgl Berakhir : 15 Oktober 2019 s.d. 15 April 2020

No.	Tanggal	Topik Permasalahan	Saran-saran	Paraf Pembimbing
1.	19/10/2019	Isi Latar Belakang Ikuti faidah	ganti judul skripsi menjadi <i>kepuasan nasabah bank syariah mandiri</i>	
2.	5/11/2019	Bab 1 - 3.	Identifikasi ke objek Penelitian. Masalah. Buat draft Bab 2 - 3.	
3.	13/12/2019	Bab 1 - 3.	Revisi Bab 2. buat draft Bab 3.	
4.	9/1/2020	Bab 2 - 3	Draft Bab 3 dan buat kuesioner.	
5.	14/1/2020	BAB 2 & 3	Revisi Bab 3 & Bab 2 - simpulan - konstruk	
6.	20/1/2020	Bab 3.	- Instrumen Penelitian Bab 3. - Revisi populasi & sampel - Revisi teknik pengumpulan data - Revisi instrumen penelitian.	

No.	Tanggal	Topik Permasalahan	Saran-saran	Paraf Pembimbing
7.	24/1/2020	Bab 3	membuat Item kuesioner / bisa Instrumen	
8.	30/1/2020	Bab 3	<del>membuat</del> melakukan Uji coba Instrum & Analisis butir.	
9.	12/2/2020	Bab 4	Mengumpulkan data & mengolah data di Bab 4.	
10.	17/2/2020	Bab 4 & 5	Revisi Bab 4. Buat Bab 5.	
11.	20/2/2020		Membuat abstrak & kata pengantar; dll. Revisi Akhir.	
12.	22/2/2020	Finalisasi & penuntasan	Segala jilid lisa & daftar ujian	

- Catatan : 1. Lembar konsultasi ini agar dibawa dan diserahkan/diminta paraf dari pembimbing setiap konsultasi.
2. Topik permasalahan diisi oleh mahasiswa yang bersangkutan.
3. Lembar konsultasi ini harus diserahkan ke Fakultas ketika melakukan pendaftaran ujian skripsi.

## Instrumen Penelitian Uji Coba

### KUESIONER PENELITIAN

#### A. Identitas Responden

Nama (Inisial) :  
 Usia :  
 Agama :  
 Jenis Kelamin : Laki-laki / Perempuan  
 Pendidikan Terakhir : SD / SMP / SMA / Perguruan Tinggi  
 Status Pernikahan : Menikah / Belum Menikah / Single Divorce  
 (Duda / Janda)  
 Jumlah Anak : Belum Punya / Punya ..... Anak  
 Pekerjaan : Karyawan Swasta/Wiraswasta/Pelajar/PNS/Lainnya.....  
 Penghasilan Perbulan : sekitar .....

#### B. Petunjuk Pengisian Kuesioner

1. Beri tanda *check list* (√) pada pilihan jawaban yang sesuai dengan pendapat Saudara!
2. Berikut ini keterangan alternatif pilihan jawaban yang tersedia, yaitu:
  - SS** : Sangat Setuju
  - ST** : Setuju
  - NT** : Netral
  - TS** : Tidak Setuju
  - STS** : Sangat Tidak Setuju

Pilihlah satu jawaban untuk setiap pernyataan di bawah ini.

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		SS	ST	NT	TS	STS
1.	Ruang pelayanan BSM yang bersih.					
2.	Penampilan karyawan yang rapih.					
3.	Keramahan staff dan karyawan BSM.					
4.	Jumlah counter teller dan CS yang cukup.					
5.	Teller berada di counter pada saat dibutuhkan.					
6.	Karyawan memberikan salam sebelum melakukan transaksi.					
7.	Informasi yang diberikan kurang jelas.					
8.	Pelayanan yang diberikan cepat.					
9.	Pelayanan teller sesuai dengan Standar Operasional.					
10.	Antrian yang lama pada teller.					
11.	Cepat dalam menangani keluhan nasabah.					
12.	Nasabah kurang nyaman dengan komunikasi dan sikap karyawan.					
13.	Karyawan bertanggungjawab terhadap kenyamanan dan keamanan nasabah.					
14.	Karyawan membantu nasabah yang kesulitan dalam melakukan transaksi.					
15.	Adanya penjelasan tentang produk tabungan.					
16.	Tidak ada brosur produk tabungan.					
17.	Dapat melakukan tarik/setor tunai sekalipun tidak memiliki rekening tabungan di BSM					



18	Transaksi tabungan tidak dibatasi waktu.					
19.	Adanya biaya administrasi perbulan pada tabungan.					
20.	Adanya saldo minimum sebesar Rp. 50.000.					
21.	Bentuk kartu ATM sulit disimpan.					
22	Penampilan kartu ATM dan buku tabungan menarik.					
23	Bagi saya tabungan sekedar sarana menyimpan uang.					
24.	Tabungan BSM tidak sesuai dengan harapan nasabah.					
25	Saya lebih senang menyimpan uang di BSM daripada di lembaga keuangan lain.					
26	Produk tabungan sangat menguntungkan nasabah.					
27.	Puas dengan pelayanan pada frontliner.					
28.	Saya percaya melakukan transaksi di BSM.					
29.	Senang dengan kenyamanan BSM					
30.	Saya merasa khawatir dengan kewanasan parkir kendaraan.					
31.	Saya merasa nyaman melakukan transaksi di teller dan mesin ATM BSM.					
32.	Tidak adanya pemberitahuan jika mesin ATM rusak.					
33	Merasa bangga bisa menabung di BSM.					
34	Bangga dapat menyimpan uang.					
35	Mesin ATM pada BSM mudah digunakan.					
36	Tampilan pada mesin ATM mudah dimengerti.					
37.	Nomor telepon pelayanan BSM mudah diakses.					
38.	Lokasi BSM mudah dijangkau.					
39.	Lokasi mesin ATM pada BSM mudah dijangkau.					
40	Transaksi di BSM sangat mudah.					

Terimakasih atas ketersediaan saudara telah mengisi jawaban pada kuesioner ini.



# Instrumen Penelitian setelah Uji Coba

## KUESIONER PENELITIAN

### A. Identitas Responden

Nama (Inisial) :  
Usia :  
Agama :  
Jenis Kelamin : Laki-laki / Perempuan  
Pendidikan Terakhir : SD / SMP / SMA / Perguruan Tinggi  
Status Pernikahan : Menikah / Belum Menikah / Single Divorce  
(Duda / Janda)  
Jumlah Anak : Belum Punya / Punya ..... Anak  
Pekerjaan : Karyawan Swasta/Wiraswasta/Pelajar/PNS/Lainnya.....  
Penghasilan Perbulan : sekitar .....

### B. Petunjuk Pengisian Kuesioner

- Beri tanda *check list* (√) pada pilihan jawaban yang sesuai dengan pendapat Saudara!
- Berikut ini keterangan alternatif pilihan jawaban yang tersedia, yaitu:  
**SS : Sangat Setuju**  
**ST : Setuju**  
**NT : Netral**  
**TS : Tidak Setuju**  
**STS : Sangat Tidak Setuju**
- Pilihlah satu jawaban untuk setiap pernyataan di bawah ini.

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		SS	ST	NT	TS	STS
1.	Penampilan karyawan BSM yang rapih.					
2.	Keramahan staff dan karyawan BSM.					
3.	Jumlah counter teller dan CS yang cukup.					
4.	Teller berada di counter pada saat dibutuhkan.					
5.	Karyawan memberikan salam sebelum melakukan transaksi.					
6.	Informasi yang diberikan kurang jelas.					
7.	Pelayanan teller sesuai dengan Standar Operasional.					
8.	Cepat dalam menangani keluhan nasabah.					
9.	Karyawan bertanggungjawab terhadap kenyamanan dan keamanan nasabah.					
10.	Karyawan membantu nasabah yang kesulitan dalam melakukan transaksi.					
11.	Karyawan menjelaskan tentang produk tabungan.					
12.	Dapat melakukan tarik/setor tunai sekalipun tidak memiliki rekening tabungan di BSM					
13.	Transaksi tabungan tidak dibatasi waktu.					
14.	Saldo minimum Rp. 50.000 meringankan nasabah.					
15.	Penampilan kartu ATM dan buku tabungan menarik.					
16.	Bagi saya tabungan sekedar sarana menyimpan uang.					

17	Saya lebih senang menyimpan uang di BSM daripada di lembaga keuangan lain.					
18	Produk tabungan sangat menguntungkan nasabah.					
19.	Puas dengan pelayanan pada frontliner.					
20.	Saya percaya melakukan transaksi di BSM.					
21.	Saya merasa senang dengan kenyamanan BSM					
22.	Saya merasa nyaman melakukan transaksi di teller dan mesin ATM BSM.					
23.	Tidak adanya pemberitahuan jika mesin ATM rusak.					
24.	Saya merasa bangga bisa menabung di BSM.					
25	Saya merasa bangga dapat menyimpan uang.					
26	Mesin ATM pada BSM mudah digunakan.					
27	Tampilan pada mesin ATM mudah dimengerti.					
28.	Nomor telepon pelayanan BSM mudah diakses.					
29.	Lokasi BSM mudah dijangkau.					
30.	Lokasi mesin ATM pada BSM mudah dijangkau.					
31	Transaksi di BSM sangat mudah.					

Terimakasih atas ketersediaan saudara telah mengisi jawaban pada kuesioner ini.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	Total
1	5	5	4	3	5	4	5	4	4	4	4	2	2	3	4	2	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	127
2	4	4	4	4	5	4	3	3	3	4	4	3	3	5	3	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	126
3	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	2	5	3	2	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	127
4	5	5	4	4	5	4	3	3	3	4	5	3	4	5	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	3	3	5	5	5	125
5	5	5	4	4	5	4	3	3	3	3	3	3	3	5	3	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	125
6	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	3	3	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	134
7	5	5	5	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	5	4	4	3	3	3	4	4	3	3	5	5	122
8	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	2	2	3	1	4	2	2	4	4	4	4	4	3	4	3	3	2	5	4	3	110
9	3	4	4	4	3	4	4	5	3	5	4	3	3	3	5	5	1	3	3	4	4	4	5	3	3	3	2	2	3	2	4	108
10	5	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	1	5	2	3	3	3	3	4	5	3	5	5	4	3	2	2	3	106
11	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	3	5	3	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	130
12	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	3	3	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	132
13	5	5	5	5	5	4	5	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	127
14	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	3	3	3	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	3	3	4	4	3	4	4	4	127
15	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	3	3	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	130
16	5	5	5	4	5	4	3	4	3	3	4	4	3	5	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	5	5	4	4	121
17	4	4	4	4	4	4	5	5	5	2	4	3	3	4	3	4	3	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	126
18	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	3	3	3	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	131
19	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	3	3	3	5	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	118
20	5	5	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	124
21	5	5	3	3	5	5	3	3	3	3	3	3	3	5	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	2	4	4	4	112
22	4	4	4	4	5	5	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	5	3	3	4	4	3	4	4	4	120
23	5	5	2	5	5	5	5	4	5	4	4	2	5	2	3	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	3	5	5	5	136	
24	5	5	5	5	5	4	4	5	5	3	4	4	3	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	132
25	5	5	4	4	5	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	5	5	5	122	
26	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	2	2	5	5	3	3	4	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	136	
27	5	5	4	4	4	2	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	120
28	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	122
29	5	4	5	5	5	2	4	4	5	4	4	3	4	5	5	2	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	134
30	4	4	4	3	5	4	3	3	3	3	3	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	123
31	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	3	3	3	3	2	3	3	4	4	4	4	3	3	2	4	5	4	3	3	115	
32	4	4	4	4	4	4	3	5	5	5	3	3	5	4	4	3	3	3	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	3	124	
33	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	3	124	
34	5	4	4	3	5	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	123	
35	5	5	4	4	4	3	4	4	4	5	5	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	128
36	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	5	5	5	5	4	1	4	3	5	5	5	5	5	141	
37	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	130
38	5	5	5	5	5	1	5	4	5	5	4	4	4	5	3	2	2	3	5	5	5	4	3	3	4	4	4	4	4	4	5	126
39	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	3	3	5	5	4	4	5	3	4	4	4	4	3	3	3	4	5	4	4	4	5	131
40	4	4	4	4	4	4	4	3	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	130
41	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	2	5	4	4	4	4	2	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	126
42	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	2	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	118
43	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	118
44	5	5	3	5	5	5	3	4	5	5	4	4	3	5	5	2	4	4	5	5	4	4	3	4	4	4	4	3	3	5	5	129
45	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	1	1	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	125
46	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	2	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	126
47	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	4	2	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	128
48	5	5	5	4	5	3	3	4	5	5	5	2	2	3	3	5	5	4	5	5	4	2	3	3	5	3	5	4	4	5	124	
49	5	4	4	3	5	2	4	4	4	4	4	5	2	2	4	3	2	4	3	3	5	4	4	2	3	3	3	3	2	2	3	106
50	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	1	3	3	3	3	3	3	4	5	5	1	5	5	5	5	4	5	5	4	114	
51	5	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	118
52	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	2	3	3	3	3	3	3	3	5	4	4	4	4	5	5	5	3	3	3	3	112
53	5	5	5	4	4	2	5	5	5	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	5	5	5	1	4	4	4	3	3	4	5	5	122
54	5	5	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	5	5	5	2	4	4	3	3	3	3	2	2	113	
55	5	5	5	4	5	1	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	3	4	3	3	3	2	2	3	2	2	3	3	3	4	5	115
56	5	5	2	4	5	5	4	4	4	5	5	3	4	4	4	2	4	3	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	128	
57	3	3	3	3	2	3	4	4	4	4	3	3	5	5	5	4	4	3	3	2	2	3	3	4	5	5	5	4	3	3	4	111
58	3	3	2	2	3	3	4	4	3	4	2	5	4	3	5	4	3	3	2	3	3	3	3	4	4	4	2	3	4	5	3	103
59	5	5	5	5	5	1	5	5	5	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	5	5	4	3	2	3	2	4	3	2	4	5	118
60	4	4	4	4	4																											

63	4	4	4	4	3	5	5	4	4	5	4	4	2	4	1	4	3	3	5	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	115
64	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	4	5	3	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	145
65	5	4	4	4	3	3	4	3	3	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	2	4	4	4	4	4	4	5	5	127
66	5	4	4	4	5	5	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	3	5	118
67	5	4	4	4	3	5	3	3	3	3	3	2	3	4	5	4	4	4	5	4	4	5	3	3	3	3	3	3	3	3	5	114
68	5	4	4	4	3	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	123
69	5	5	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	122
70	4	5	3	3	4	3	5	3	3	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	3	4	5	4	3	5	5	5	5	5	129
71	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	1	2	2	3	4	3	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	2	3	2	3	106
72	5	5	5	3	2	3	4	5	3	4	3	2	2	3	4	5	4	3	2	3	4	4	4	4	5	5	5	2	4	5	3	115







219	4	4	4	5	4	4	3	4	5	5	5	4	4	3	4	4	4	4	5	4	2	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	130
220	5	4	5	4	5	3	4	4	4	5	5	2	4	4	3	3	4	4	4	5	4	5	4	4	4	3	3	3	4	4	4	123
221	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	2	4	4	4	4	3	5	5	5	5	5	4	4	4	3	5	5	5	5	5	4	135

Tabel Isaac dan Michael Populasi dan Sampel

N	S			N	S			N	S		
	1%	5%	10%		1%	5%	10%		1%	5%	10%
10	10	10	10	280	197	115	138	2800	537	310	247
15	15	14	14	290	202	158	140	3000	543	312	248
20	19	19	19	300	207	161	143	3500	558	317	251
25	24	23	23	320	216	167	147	4000	569	320	254
30	29	28	27	340	225	172	151	4500	578	323	255
35	33	32	31	360	234	177	155	5000	586	326	257
40	38	36	35	380	242	182	158	6000	598	329	259
45	42	40	39	400	250	186	162	7000	606	332	261
50	47	44	42	420	257	191	165	8000	613	334	263
55	51	48	46	440	265	195	168	9000	618	335	263
60	55	51	49	460	272	198	171	10000	622	336	263
65	59	55	53	480	279	202	173	15000	635	340	266
70	63	58	56	500	285	205	176	20000	642	342	267
80	71	65	62	600	315	221	187	40000	563	345	269
85	75	68	65	650	329	227	191	50000	655	346	269
90	79	72	68	700	341	233	195	75000	658	346	270
95	83	75	71	750	352	238	199	100000	659	347	270
100	87	78	73	800	363	243	202	150000	661	347	270
110	94	84	78	850	373	247	205	200000	661	347	270
120	102	89	83	900	382	251	208	250000	662	348	270
130	109	95	88	950	391	255	211	300000	662	348	270
140	116	100	92	1000	399	258	213	350000	662	348	270
150	122	105	97	1050	414	265	217	400000	662	348	270
160	129	110	101	1100	427	270	221	450000	663	348	270
170	135	114	105	1200	440	275	224	500000	663	348	270
180	142	119	108	1300	450	279	227	550000	663	348	270
190	148	123	112	1400	460	283	229	600000	663	348	270
200	154	127	115	1500	469	286	232	650000	663	348	270
210	160	131	118	1600	477	289	234	700000	663	348	270
220	165	135	122	1700	485	292	235	750000	663	348	271
230	171	139	125	1800	492	294	237	800000	663	348	271
240	176	142	127	1900	498	297	238	850000	663	348	271
250	182	146	130	2000	510	301	241	900000	663	348	271
260	187	149	133	2200	520	304	243	950000	663	348	271
270	192	152	135	2600	529	307	245	1000000	664	349	272

Tabel Korelasi *Product Moment* ( $r_{\text{tabel}}$ )

n	Taraf Signifikan		n	Taraf Signifikan		n	Taraf Signifikan	
	5%	1%		5%	1%		5%	1%
3	0,997	0,999	27	0,381	0,487	55	0,266	0,345
4	0,950	0,990	28	0,374	0,478	60	0,254	0,330
5	0,878	0,959	29	0,367	0,470	65	0,244	0,317
6	0,811	0,917	30	0,361	0,463	70	0,235	0,306
7	0,754	0,874	31	0,355	0,456	75	0,227	0,296
8	0,707	0,834	32	0,349	0,449	80	0,220	0,286
9	0,666	0,798	33	0,344	0,442	85	0,213	0,278
10	0,632	0,765	34	0,339	0,436	90	0,207	0,270
11	0,602	0,735	35	0,334	0,430	95	0,202	0,263
12	0,576	0,708	36	0,329	0,424	10	0,195	0,256
13	0,553	0,684	37	0,325	0,418	12	0,176	0,230
14	0,532	0,661	38	0,320	0,413	15	0,159	0,210
15	0,514	0,641	39	0,316	0,408	17	0,148	0,194
16	0,497	0,623	40	0,312	0,403	20	0,138	0,181
17	0,482	0,606	41	0,308	0,398	30	0,113	0,148
18	0,468	0,590	42	0,304	0,393	40	0,098	0,128
19	0,456	0,575	43	0,301	0,389	50	0,088	0,115
20	0,444	0,561	44	0,297	0,384	60	0,080	0,105
21	0,433	0,549	45	0,294	0,380	700	0,074	0,097
22	0,423	0,537	46	0,291	0,376	800	0,070	0,091
23	0,413	0,526	47	0,288	0,372	900	0,065	0,086
24	0,404	0,515	48	0,284	0,368	000	0,062	0,081
25	0,396	0,505	49	0,281	0,364			
26	0,388	0,496	50	0,279	0,361			

## Rumus Sturges

### Menentukan Tabel Distribusi Frekuensi

$$r = \text{Data Terbesar} - \text{Data Terkecil}$$

$$k = 1 + 3,3 \log n$$

$$i = r/k$$

#### Keterangan:

r = Jarak data terkecil sampai terbesar

k = Jumlah Kelas

i = Interval Kelas

n = Jumlah data yang dimiliki

$$\text{Data Terbesar} = 155$$

$$\text{Data Terkecil} = 93$$

$$n = 221$$

$$r = 155 - 93 = 62$$

$$k = 1 + 3,3 \log 221$$

$$= 1 + 7,736$$

$$= 8,736 \text{ dibulatkan } \mathbf{9}$$

$$i = 62/9 = 6,888 \text{ dibulatkan } \mathbf{7}$$

<i>Tingkat Kepuasan Nasabah terhadap Pelayanan Frontliner</i>	
Mean	122,4841629
Standard Error	0,713119614
Median	122
Mode	122
Standard Deviation	10,60128521
Sample Variance	112,387248
Kurtosis	0,399394428
Skewness	0,38786573
Range	62
Minimum	93
Maximum	155
Sum	27069
Count	221
Largest(1)	155
Smallest(1)	93
Confidence Level(95,0%)	1,405420123

<i>kualitas layanan</i>	
Mean	44,68325792
Standard Error	0,273535442
Median	44
Mode	47
Standard Deviation	4,066396693
Sample Variance	16,53558206
Kurtosis	-
Skewness	0,127142712
Range	22
Minimum	33
Maximum	55
Sum	9875
Count	221
Largest(1)	55
Smallest(1)	33
Confidence Level(95,0%)	0,53908518

<i>kualitas produk</i>	
Mean	25,95475113
Standard Error	0,225190057
Median	26
Mode	26
Standard Deviation	3,347690867
Sample Variance	11,20703414
Kurtosis	-0,04926171
Skewness	0,038058735
Range	19
Minimum	16
Maximum	35
Sum	5736
Count	221
Largest(1)	35
Smallest(1)	16
Confidence Level(95,0%)	0,443805824

<i>faktor emosional</i>	
Mean	27,86425339
Standard Error	0,20573471
Median	28
Mode	28
Standard Deviation	3,058466343
Sample Variance	9,354216372
Kurtosis	0,005679629
Skewness	0,046395788
Range	16
Minimum	19
Maximum	35
Sum	6158
Count	221
Largest(1)	35
Smallest(1)	19
Confidence Level(95,0%)	0,405463117

<i>Kemudahan</i>	
Mean	23,98190045
Standard Error	0,220313882
Median	24
Mode	24
Standard Deviation	3,275201314
Sample Variance	10,72694364
Kurtosis	0,176100653
Skewness	0,226634296
Range	15
Minimum	15
Maximum	30
Sum	5300
Count	221
Largest(1)	30
Smallest(1)	15
Confidence Level(95,0%)	0,43419583

## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

### **DATA PRIBADI**

Nama : Tara Refalda  
Tempat, tanggal lahir : Banjar Negara, 19 Maret 1998  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Agama : Islam  
Kewarganegaraan : Indonesia  
Alamat : Perumahan Griya Brandweer Blok B7 No.6  
RT01/RW06 Desa Pamegarsari, Kec. Parung, Kab.  
Bogor  
Email : tararefalda98@gmail.com  
No. Telpon : 0896-2182-9930

### **PENDIDIKAN FORMAL**

- SD Negeri Lebak Wangi (2004-2010)
- MTs Negeri 1 Parung (2010-2013)
- SMK Taruna Terpadu 1 (2013-2016)

### **PENGALAMAN ORGANISASI**

- Anggota Dokter Kecil di SD Negeri Lebak Wangi 2007-2009
- Anggota Palang Merah Remaja di MTs Negeri 1 Parung Periode 2010-2011
- Anggota Qasidah di MTs Negeri 1 Parung Periode 2010-2012
- Anggota Marawis di SMK Taruna Terpadu 1 Periode 2013-2015

### **PENGALAMAN BEKERJA**

- Menjadi Admin di Rifat Drive Labs (RDL) Pelatihan Gojek
- Menjadi Kasir di Sport Club Meadow Terrace The Green BSD
- Magang di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Ciputat - Tangerang Selatan