

SKRIPSI

**PENGARUH MUTU PELAYANAN *FRONTLINER* TERHADAP
KEPUASAN NASABAH PADA PT. BANK SYARIAH MANDIRI
KCP ULEE KARENG BANDA ACEH**



Disusun Oleh:

**SUFIA SABILA
NIM. 150603234**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2020 M / 1441 H**

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan di bawah ini

Nama : Sufia Sabila

NIM : 150603234

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan SKRIPSI ini, saya:

- 1. Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggung jawabkan.*
- 2. Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.*
- 3. Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.*
- 4. Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan data.*
- 5. Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggung jawab atas karya ini.*

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggungjawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 7 Januari 2020

Yang menyatakan,



Sufia Sabila

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Ar-Raniry Banda Aceh
Sebagai Salah Satu Beban Studi
Untuk Menyelesaikan Program Studi Perbankan Syariah

Dengan Judul:

**PENGARUH MUTU PELAYANAN *FRONTLINER* TERHADAP
KEPUASAN NASABAH PADA PT. BANK SYARIAH MANDIRI KCP
ULEE KARENG BANDA ACEH**

Disusun Oleh:

Sufia Sabila

NIM. 150603234

Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya
telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan dalam penyelesaian studi pada
Program Studi Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Dr. Azharsyah, S.E., Ak., M.S.O.M
NIP. 197811122005011003

Ismuadi, S.E., S.Pd.I., M.Si
NIP.198601282019031005

Mengetahui Ketua
Program Studi Perbankan Syariah

Dr. Nevi Hasnita, S.Ag., M.Ag
NIP. 197711052006042003

LEMBAR PENGESAHAN SIDANG HASIL

SKRIPSI

Sufia Sabila
NIM. 150603234

Dengan Judul:

**Pengaruh Mutu Pelayanan *Frontliner* Terhadap Kepuasan Nasabah
Pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Ulee Kareng Banda Aceh**

Telah Disidangkan Oleh Program Studi Strata Satu (S1)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry
dan Dinyatakan Lulus Serta Diterima Sebagai Salah Satu Beban Studi Untuk
Menyelesaikan Program Studi Strata 1 dalam bidang Perbankan Syariah.

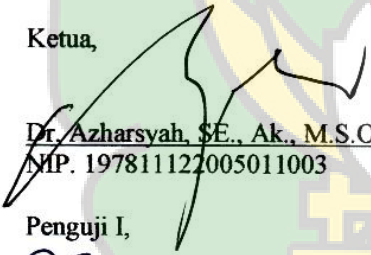
Pada Hari/Tanggal: Selasa, 7 Januari 2020 M
11 Jumadil Ula 1441 H

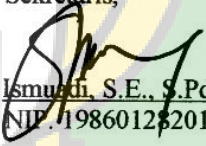
Banda Aceh

Tim Penilai Sidang Hasil Skripsi

Ketua,

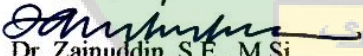
Sekretaris,

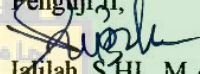

Dr. Azharsyah, S.E., Ak., M.S.O.M
NIP. 197811122005011003


Ismufti, S.E., S.Pd.I., M.Si
NIP. 198601282019031005

Penguji I,

Penguji II,


Dr. Zainuddin, S.E., M.Si
NIDN. 0108107105


Jafilah, S.HI., M.Ag
NIDN. 2008068803

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Ar-Raniry


Dr. Zaki Fuadi, M.Ag
NIP. 196403141992031008





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
UPT. PERPUSTAKAAN

Jl. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax. 0651-7552922

Web : www.library.ar-raniry.ac.id, Email : library@ar-raniry.ac.id

FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASIKARYA ILMIAH
MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Sufia sabila
NIM : 150603234
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
E-mail : sufiasabila08@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah :

Tugas Akhir KKU Skripsi

yang berjudul:

Pengaruh Mutu Pelayanan *Frontliner* Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Ulee Kareng Banda Aceh

Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih-media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, dan mempublikasikannya di internet atau media lain.

Secara *fulltext* untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut.

UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh
Pada tanggal : Senin 7 Januari 2020

Mengetahui,

Penulis

Sufia Sabila
NIM. 150603234

Pembimbing I

Dr. Azharsyan, SE., Ak, M.S.O.M
NIP. 197811122005011003

Pembimbing II

Ismuadi, S.E., S.Pd.I., M.Si
NIP. 198601282019031005

LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto

“sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu telah selesai (dari satu urusan) kerjakan dengan sesungguhnya (urusan) yang lain hanya kepada tuhanmulah hendaknya kamu berharap”

(Q.S Al-Insyirah: 6-8)

Bismillahirrahmanirrahim

Dengan ucapan syukur Alhamdulillah, karya sederhana ini penulis Persembahkan untuk:

Ayah dan Ibuku yang aku sayangi yang telah bekerja keras demi masa depanku serta tiada henti mendoakan dan membuat aku semangat dalam melakukan semua hal yang tak terhingga, adikku yang aku sayangi atas segala peluh cinta dan doanya tanpa henti. Seluruh keluarga besar yang senantiasa memberikan motivasi, bimbingan dan selalu mendoakanku.

KATA PENGANTAR



Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah skripsi yang berjudul **“Pengaruh Mutu Pelayanan *Frontliner* Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Ulee Kareng Banda Aceh”**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan untuk memperoleh gelar sarjana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry. Shalawat beserta salam tak lupa pula penulis sanjungkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW yang telah membawa umat manusia ke jalan yang penuh dengan ilmu pengetahuan.

Dalam pelaksanaan penelitian dan penulisan skripsi ini, penulis memperoleh banyak bimbingan arahan, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada:

1. Dr. Zaki Fuad, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.
2. Dr. Nevi Hasnita, S.Ag.,M.Ag selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah dan Ayumiati S.E., M,Si selaku Sekretaris Program Studi Perbankan Syariah UIN Ar-Raniry.
3. Dr. Azharsyah, SE., Ak, M.S.O.M dan Ismuadi, S.E., S.Pd.I., M.Si, selaku pembimbing I dan pembimbing II yang telah

memberikan saran, motivasi, bimbingan, pengarahan dan kemudahan dalam bimbingan dan dukungan sehingga terselesaikan skripsi ini.

4. Dr. Zainuddin, SE, M.Si dan Jalilah, S. HI., M.Ag. Selaku penguji I dan penguji II yang telah memberikan kritik dan saran dalam penyempurnaan skripsi ini.
5. Muhammad Arifin, Ph.D, selaku ketua LAB dan selaku Penasehat Akademik yang telah memberikan bimbingan dan arahan selama kuliah.
6. Prof. Dr. Nazzaruddin A. Wahid, MA. sebagai dosen penasehat akademik peneliti yang telah membimbing peneliti selama proses perkuliahan. Seluruh dosen dan staf akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat kepada penulis.
7. Pimpinan dan karyawan Bank Syariah Mandiri KCP Ulee Kareng yang Khususnya bagi karyawan Frontliner, telah sudi menerima penulis untuk melakukan penelitian dan mau membantu memberikan data yang diperlukan guna menyelesaikan skripsi ini.
8. Teristimewa kepada orang tua Ayahanda M. ahsan Jass dan Ibunda tersayang Mutia Wati yang selalu memberikan doa, semangat, dan motivasi yang tiada habisnya, dan juga kepada kakak-kakak saya Tahara Dilla Santi, Radiah Adawiyah dan Adik saya Waznah Ayumi yang telah memberikan motivasi dan dukungan yang luar biasa sehingga penulis dapat

menyelesaikan skripsi ini. Tak lupa pula kepada keluarga besar yang telah mendukung dan memberikan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

9. Kepada sahabat tercinta Rifqan Wildani, Nadya Haryati, Ferina yanti, Desi Ratnasari, Iska Metayana Siregar, Devi Vera Yanti, Maulida, Naura Rozatun, Nidia Sari Putri, Anita Raihan, Lismawati Lubis, Dewi Mairinawati, Nur Indah Yolanda. Terima kasih untuk waktu, perasaan, dan tenaga yang telah di korbakan selama ini, semoga kita selalu bersama. Serta teman-teman seperjuanganku Program studi Perbankan Syariah angkatan 2015 saya ucapkan terima kasih yang telah bersama-sama ketika suka dan duka selama kuliah. Dan kepada teman-teman KPM yang telah mendukung dan memberikan motivasi kepada penulis selama ini.

Bantuan itu semua dipulangkan kepada Allah SWT untuk memberikan ganjaran dan pahala yang setimpal. Dalam menyusun skripsi ini penulis berupaya semaksimal mungkin agar skripsi ini menjadi sempurna. Namun penulis menyadari masih terdapat banyak kekurangan dan keterbatasan dalam penyusunan skripsi ini. Untuk itu, penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca untuk menjadikan skripsi ini menjadi lebih baik.

Banda Aceh, 7 Januari 2020
Penulis,

Sufia Sabila

TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K
Nomor: 158 Tahun 1987 – Nomor: 0543 b/u/1987

1. Konsonan

| No | Arab | Latin | No | Arab | Latin |
|----|------|--------------------|----|------|-------|
| 1 | ا | Tidak dilambangkan | 16 | ط | Ṭ |
| 2 | ب | B | 17 | ظ | Ẓ |
| 3 | ت | T | 18 | ع | ” |
| 4 | ث | Ṣ | 19 | غ | G |
| 5 | ج | J | 20 | ف | F |
| 6 | ح | H | 21 | ق | Q |
| 7 | خ | Kh | 22 | ك | K |
| 8 | د | D | 23 | ل | L |
| 9 | ذ | Ẓ | 24 | م | M |
| 10 | ر | R | 25 | ن | N |
| 11 | ز | Z | 26 | و | W |
| 12 | س | S | 27 | ه | H |
| 13 | ش | Sy | 28 | ء | “ |
| 14 | ص | Ṣ | 29 | ي | Y |
| 15 | ض | Ḍ | | | |

2. Vokal

Vokal Bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

| Tanda | Nama | Huruf Latin |
|-------|---------------|-------------|
| ◌َ | <i>Fatḥah</i> | A |
| ◌ِ | <i>Kasrah</i> | I |
| ◌ُ | <i>Dammah</i> | U |

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

| Tanda dan Huruf | Nama | Gabungan Huruf |
|-----------------|-----------------------|----------------|
| ◌َ ي | <i>Fatḥah dan ya</i> | Ai |
| ◌َ و | <i>Fatḥah dan wau</i> | Au |

Contoh:

كيف : *kaifa*

هول: *hau*

3. *Maddah*

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

| Harkat dan Huruf | Nama | Huruf dan Tanda |
|------------------|--|-----------------|
| اَ / اِي | <i>Fatḥah</i> dan <i>alif</i> atau <i>ya</i> | Ā |
| اِ / اِي | <i>Kasrah</i> dan <i>ya</i> | Ī |
| اُ / اِي | <i>Dammah</i> dan <i>wau</i> | Ū |

Contoh:

قَالَ : *qāla*

رَمَى : *ramā*

قِيلَ : *qīla*

يَقُولُ : *yaqūlu*

4. *Ta Marbutah* (ة)

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua.

a. *Ta marbutah* (ة)hidup

Ta marbutah (ة) yang hidup atau mendapat harkat *fatḥah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah t.

b. *Ta marbutah* (ة) mati

Ta marbutah (ة) yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.

- c. Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta *marbutah* (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta *marbutah* (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *rauḍah al-atfāl/ rauḍatul atfāl*

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ : *al-Madīnah al-Munawwarah/
al-Madīnatul Munawwarah*

طَلْحَةُ : *Talḥah*

Catatan:

Modifikasi

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi, seperti M. Syuhudi Ismail, sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan. Contoh: Ḥamad Ibn Sulaiman.
2. Nama negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr; Beirut, bukan Bayrut; dan sebagainya.
3. Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf

ABSTRAK

Nama : Sufia Sabila
NIM : 150603234
Fakultas/prodi Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Mutu Pelayanan *Frontliner* Terhadap
Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Syariah
Mandiri KCP Ulee Kareng Banda Aceh
Tebal : 145 Halaman
Pembimbing I : Dr. Azharsyah, SE., Ak., M.S.O.M
Pembimbing II : Ismuadi, S.E., S.Pd.I., M.Si

Mutu pelayanan adalah yang sangat penting bagi nasabah karena dapat mempengaruhi kepuasan nasabah, maka BSM KCP Ulee Kareng sangat memperhatikan atas pelayanan yang diberikan langsung kepada nasabah dengan menggunakan prinsip CARTER yang digunakan mengukur suatu pelayanan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh mutu pelayanan *frontliner* terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Ulee Kareng dengan dimensi CARTER terhadap kepuasan nasabah yang ada pada BSM KCP Ulee Kareng. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi linear berganda. Populasi dalam penelitian ini adalah berjumlah 93 nasabah, teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan accidental sampling dan langsung memberikan angket/kuesioner kepada nasabah yang menabung pada PT. Bank Syariah Mandiri Kcp Ulee Kareng Banda Aceh. Hasil penelitian diketahui berdasarkan Uji parsial (T) terdapat pengaruh yang signifikan antara *sharia compliance*, *assurance*, *reliability*, *tangible*, *emphaty* dan *responsiveness* terhadap kepuasan nasabah secara individual. Berdasarkan Uji F menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara variabel *sharia compliance*, *assurance*, *reliability*, *tangible*, *emphaty* dan *responsiveness* secara bersama-sama (simultan) terhadap kepuasan nasabah (Y).

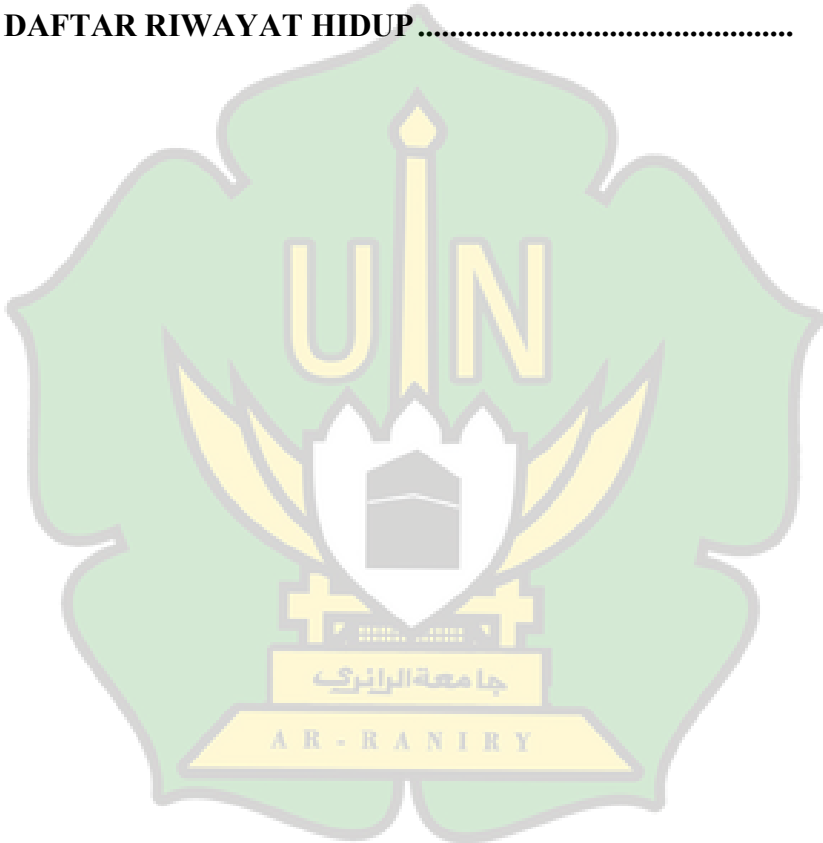
Kata kunci : Mutu Pelayanan, Model CARTER dan Kepuasan Nasabah

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------|
| HALAMAN SAMPUL | i |
| HALAMAN JUDUL | ii |
| LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN | iii |
| LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI | iv |
| LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI | v |
| LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI | vi |
| LEMBAR MOTO DAN PERSEMBAHAN | vii |
| KATA PENGANTAR | viii |
| HALAMAN TRANSLITERASI | xii |
| ABSTRAK | xvi |
| DAFTAR ISI | xvii |
| DAFTAR TABEL | xx |
| DAFTAR GAMBAR | xxi |
| DAFTAR LAMPIRAN | xxii |
| | |
| BAB I : PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah..... | 8 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 9 |
| 1.4 Manfaat Penelitian..... | 10 |
| 1.5 Sistematika Penulisan..... | 11 |
| | |
| BAB II : LANDASAN TEORITIS | 13 |
| 2.1 Definisi Mutu Pelayanan | 13 |
| 2.2 Kualitas Pelayanan dalam Perpekstif Islam dan Model CARTER | 16 |
| 2.3 Definisi Frontliner | 25 |
| 2.4 Bagian-bagian petugas <i>frontliner</i> (Customer Service, Teller dan Security) | 27 |
| 2.5 Definisi Kepuasan Nasabah..... | 29 |
| 2.5.1 Strategi meningkatkan Kepuasan Nasabah..... | 31 |
| 2.5.2 Faktor-Faktor Yang Menentukan Kepuasan Nasabah | 32 |
| 2.1.5.4 Elemen Kepuasan | 35 |

| | |
|---|-----------|
| 2.1.5.4 Indikator Kepuasan Nasabah | 36 |
| 2.6 Penelitian Terdahulu..... | 37 |
| 2.7 Kerangka Berfikir | 42 |
| 2.8 Hipotesis | 44 |
| BAB III : METODOLOGI PENELITIAN | 48 |
| 3.1 Pendekatan Penelitian..... | 48 |
| 3.2 Lokasi Penelitian | 48 |
| 3.3 Populasi dan Sampel..... | 49 |
| 3.4 Data dan Teknik pengumpulan data | 50 |
| 3.4.1 Jenis dan Sumber data | 50 |
| 3.4.2 Metode pengumpulan data | 51 |
| 3.5 Variabel penelitian dan Operasional Variabel..... | 53 |
| 3.5.1 Variabel penelitian..... | 53 |
| 3.5.2 Operasional Variabel | 53 |
| 3.6 Uji instrument | 56 |
| 3.9.1 Uji Validitas..... | 56 |
| 3.9.2 Uji Reliabilitas..... | 56 |
| 3.7 Uji Asumsi Klasik | 57 |
| 3.7.1 Uji Normalitas | 57 |
| 3.7.2 Uji Multikolinearitas | 57 |
| 3.7.3 Uji Heteroskedastisitas | 58 |
| 3.8 Metode Analisis Data | 59 |
| 3.8.1 Uji Regresi Linear Berganda | 60 |
| 3.8.2 Uji Koefisien Determinasi | 60 |
| 3.9 Pengujian Hipotesis | 61 |
| 3.9.1 Uji-F (Uji Simultan) | 61 |
| 3.9.2 Uji-T (Uji Parsial)..... | 61 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 62 |
| 4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian..... | 62 |
| 4.1.1 Sejarah Bank Syariah Mandiri..... | 62 |
| 4.1.2 Visi dan Misi Bank Syariah Mandiri | 62 |
| 4.1.3 Struktur Organisasi BSM | 64 |
| 4.1.4 Produk dan Layanan Bank Syariah Mandiri..... | 65 |
| 4.2 Deskripsi Data Penelitian dan Karakteristik Responden | 77 |

| | |
|---------------------------------------|------------|
| 4.2.1 Deksripsi Data Penelitian | 77 |
| 4.2.2 Karakteristik Responden | 77 |
| 4.3 Instrumen Penelitian | 81 |
| 4.4 Pembahasan | 95 |
| PENUTUP | 105 |
| LAMPIRAN | 114 |
| DAFTAR RIWAYAT HIDUP | 137 |



DAFTAR TABEL

| | | |
|------------|---|----|
| Tabel 1.1 | Total Nasabah Menabung PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Ulee Kareng | 2 |
| Tabel 2.1 | Penelitian Terdahulu..... | 37 |
| Tabel 3.1 | Skala Likert | 52 |
| Tabel 3.2 | Definisi Operasional dan Indikator Penelitian | 53 |
| Tabel 4.1 | Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 77 |
| Tabel 4.2 | Karakteristik Responden Berdasarkan Usia | 78 |
| Tabel 4.3 | Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terkhir | 79 |
| Tabel 4.4 | Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan..... | 79 |
| Tabel 4.5 | Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah | 80 |
| Tabel 4.6 | Hasil Uji Validitas | 81 |
| Tabel 4.7 | Hasil Uji Reliabilitas | 83 |
| Tabel 4.8 | Hasil Analisis Statistik Deskriptif | 84 |
| Tabel 4.9 | Hasil Uji Normalitas..... | 87 |
| Tabel 4.10 | Hasil Uji Multikolinearitas | 88 |
| Tabel 4.11 | Analisis Regresi Berganda | 91 |
| Tabel 4.12 | Hasil Perhitungan Koefisien Determinasi..... | 91 |
| Tabel 4.13 | Hasil Uji F | 92 |

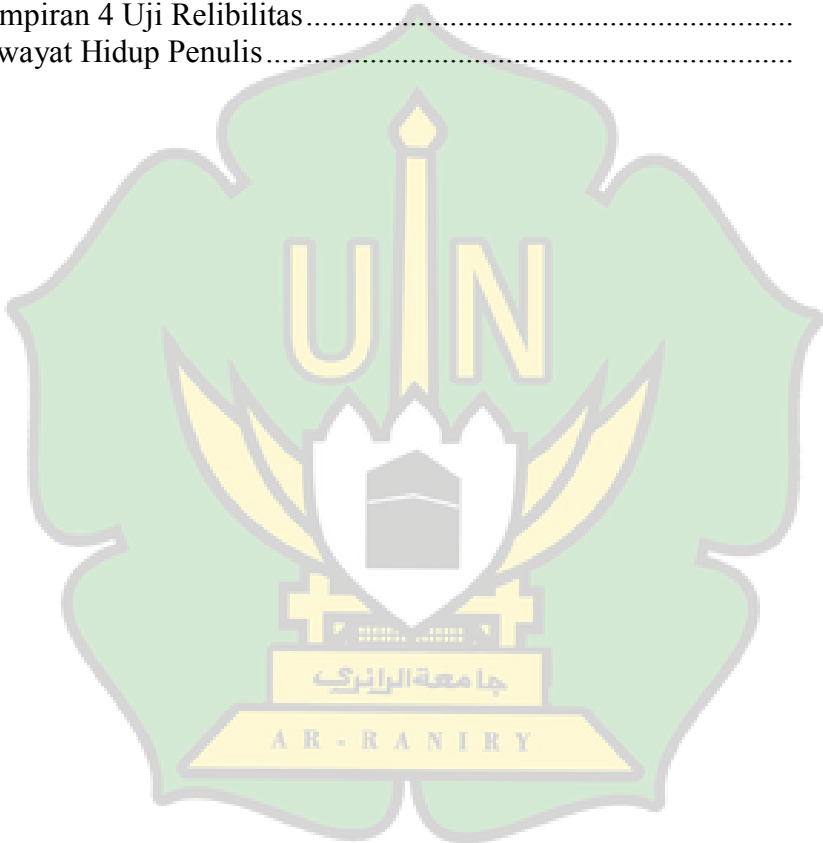
DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 2.1 Kerangka Berpikir | 42 |
| Gambar 4.1 Struktur Organisasi BSM KCP Ulee Kareng | 64 |
| Gambar 4.2 Uji Heterokedastisitas..... | 58 |



DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|--------------------------------------|-----|
| Lampiran 1 Kuesioner Penelitian..... | 114 |
| Lampiran 2 Jawaban Responden..... | 119 |
| Lampiran 3 Uji Validitas..... | 124 |
| Lampiran 4 Uji Relibilitas..... | 131 |
| Riwayat Hidup Penulis..... | 137 |



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Bank umum syariah adalah bank syariah yang berdiri sendiri sesuai dengan akta pendiriannya, bukan merupakan bagian dari bank konvensional (Ismail, 2011: 33). Bank Syariah merupakan bank yang dalam sistem operasionalnya tidak menggunakan sistem bunga, akan tetapi sesuai dengan prinsip syariah Islam. Dalam menentukan imbalannya, baik itu imbalan yang diberikan atau yang diterima, bank syariah tidak menggunakan sistem bunga, akan tetapi menggunakan konsep imbalan sesuai akad yang diperjanjikan (Ismail, 2011: 34).

Sejak mulai dikembangkannya sistem perbankan syariah di Indonesia, dalam dua dekade pengembangan keuangan syariah nasional, sudah banyak pencapaian kemajuan, baik dari aspek kelembagaan dan infrastruktur penunjang, perangkat regulasi dan sistem pengawasan, maupun *awareness* dan literasi masyarakat terhadap layanan jasa keuangan syariah. Sistem keuangan syariah kita menjadi salah satu sistem terbaik dan terlengkap yang diakui secara internasional. Setiap per february 2018, industri perbankan syariah terdiri dari 13 bank umum syariah, 346 unit usaha syariah yang dimiliki oleh bank umum konvensional dan 167 BPRS dengan total aset sebesar Rp. 128,789 triliun dengan pangsa pasar 14,76%. Khusus untuk wilayah Provinsi DKI Jakarta, total aset gross, pembiayaan, dan dana pihak ketiga (BUS dan UUS) masing-masing sebesar Rp. 429,36

triliun, Rp. 289,99 triliun, dan Rp. 339,05 triliun. Di dua bulan awal 2018 ini, terjadi penambahan rekening bank menjadi 560 ribu rekening sejak desember 2017. Hal itu di dukung meningkatnya jumlah kantor bank umum syariah maupun unit usaha syariah (OJK, 2019)

Perbankan syariah merupakan segala yang menyangkut tentang bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah, demokrasi ekonomi, dan prinsip kehati-hatian dan prinsip saling bagi hasil (Nasution, 2002: 3). Selain itu, tugas perbankan syariah menurut UU No 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah yaitu menghimpun dana dan menyalurkan dana kepada masyarakat, juga memberikan pelayanan jasa perbankan, oleh karena itu, dibutuhkan karyawan yang memiliki komitmen untuk bekerja sesuai dengan standarisasi bank, khususnya pada bagian *frontliner*, karena *frontliner* merupakan barisan terdepan dari sebuah perusahaan layanan jasa yang berhadapan secara langsung dengan nasabah maka dari itu para *frontliner* memberikan pelayanan terbaik agar dapat menciptakan kesan dimata nasabah, yang implikasinya menjadi daya tarik sendiri pada bank bersangkutan. Dengan demikian, keberhasilan bank syariah dapat dicapai apabila bank memiliki mutu pelayanan yang lebih baik dan jumlah nasabah yang banyak.

Menurut Latifah (2014), mutu pelayanan adalah suatu modal yang dapat menggambarkan kondisi nasabah dengan membandingkan pelayanan yang seperti yang mereka harapkan. Kualitas pelayanan

yang baik merupakan salah satu faktor penting dalam usaha menciptakan loyalitas nasabah. Layanan dapat dikatakan baik atau berkualitas apabila layanan yang diberikan suatu perusahaan dapat memuaskan para nasabahnya. Oleh karena itu, suatu mutu pelayanan dapat dikatakan bermutu adalah yang akan membuat nasabahnya merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan perusahaan sehingga secara langsung dapat membuat konsumen menjadi loyal dan akan tetap setia terhadap perusahaan tersebut.

PT. Bank Syariah Mandiri merupakan bank yang melakukan perbaikan secara berkala terhadap mutu pelayanan *frontliner* dengan tujuan dapat meningkatkan berbagai kualitas layanan, terutama pada layanan *frontliner* sehingga bank mampu untuk bersaing secara sehat dengan bank lainnya guna memperoleh laba. PT. Bank Syariah merupakan perusahaan yang mengedepankan jasa pelayanan kepada nasabah pada operasionalnya, seorang petugas *frontliner* yang dituntut untuk memberikan pelayanan yang sangat baik terhadap nasabah, agar *frontliner* dapat memberikan pelayanan yang sangat baik, baik itu bagian *frontliner* ia harus mengenal karakteristik nasabahnya dengan baik. Nasabah bermacam-ragam tipe seperti ada yang penyabar, pendiam dan hati-hati, masing- masing tipe ini harus didekati dengan metode yang berbeda.

Tabel 1.1
Total Nasabah Menabung
PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Ulee Kareng
Periode 2015 - 2019

| No | Tahun | Jumlah Nasabah Umum |
|----|-------|---------------------|
| 1 | 2015 | 785 |

| | | |
|---|------|-------|
| 2 | 2016 | 1.497 |
| 3 | 2017 | 981 |
| 4 | 2018 | 1.364 |
| 5 | 2019 | 1.279 |

Sumber: Bank Mandiri Syariah Cabang Ulee Kareng

Pada tabel 1.1 di atas menunjukkan terdapatnya total jumlah nasabah yang menabung dan pengajuan pembiayaan pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Ulee Kareng dengan total pertahunnya yaitu pada tahun 2015 total nasabah 785 dengan total tersebut BSM mengalami penurunan nasabah yang sangat drastis, dan pada tahun 2016 total jumlah nasabah 1.497 dengan total tersebut BSM mengalami kenaikan nasabah yang sangat drastis dan ini sangat baik dan membuat bank semakin sehat, dan pada tahun 2017 total jumlah nasabah 981 dengan total tersebut BSM mengalami penurunan nasabah yang standar dan ini sudah cukup baik, 2018 total jumlah nasabah 1.364 dengan total tersebut BSM mengalami peningkatan nasabah dan ini sangat baik, dan pada tahun 2019 total jumlah nasabah 1.279 dengan total tersebut BSM mengalami penurunan nasabah dan ini sudah cukup baik. Hal ini menunjukkan jika dilihat dari total nasabah maka jumlahnya mengalami penurunan nasabah yang drastis dan kenaikan nasabah yang dratis juga, dan ini sudah cukup baik.

Upaya peningkatan mutu pelayanan oleh PT. Bank Syariah Mandiri KCP Ulee Kareng bersifat inovatif dan berorientasi pada kepuasan nasabah. Namun masih muncul pertanyaan apakah hal tersebut telah benar-benar dapat memberikan kepuasan bagi nasabah PT. Bank Syariah Mandiri KCP Ulee Kareng. PT. Bank Syariah Mandiri KCP Ulee Kareng perlu mengidentifikasi apakah pelayanan

yang selama ini diberikan telah sesuai dengan harapan nasabah, hal ini sebagai bukti perhatian PT. Bank Syariah Mandiri KCP Ulee Kareng terhadap kepuasan nasabahnya. Apabila harapan nasabah yang lebih besar dari pelayanan *frontliner* yang diterima, maka nasabah tidak puas, sebaliknya apabila harapan nasabah sama atau lebih kecil dari pelayanan *frontliner* yang diterima, nasabah akan merasa puas.

Berberapa penelitian menunjukkan peranan *frontliner* ini sangat penting karena bagian inilah yang menjadi tombak utama dalam memberikan layanan yang baik kepada nasabah secara langsung, sehingga nasabah tersebut merasa puas dan terdorong untuk menjadi nasabah yang loyal. *Frontliner* adalah petugas yang berhadapan langsung dengan nasabah, *frontliner* terdiri dari *customer service*, *teller* dan *security*. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Zuliani (2017).

Standar layanan menjadi pedoman baku yang akan digunakan para *frontliner* dalam bekerja, sehingga apabila para *frontliner* memiliki komitmen dalam menerapkan standar layanan yang ada dapat menciptakan kepuasan dari nasabah ketika bertransaksi disebuah bank. Karena tolak ukur keberhasilan sebuah bank salah satunya adalah bergantung kepada kepuasan nasabah terhadap layanan yang diberikan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Theo (2016). Setiap petugas *customer service* dan *teller* perlu dievaluasi yang dilakukan secara berkala terhadap manajemen Bank, sehingga aspek-aspek yang perlu diperbaiki dapat ditingkatkan dan perlunya peningkatan kinerja *teller* melalui seminar, pelatihan atau

studi banding sehingga kinerja dapat semakin ditingkatkan dalam berbagai macam aspek. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Sujarwo (2016).

Dalam kegiatan transaksi adanya benturan antara kebijakan bank dengan kebutuhan nasabah, namun untuk menghindari keluhan dan ketidaknyamanan nasabah, Bank mencari solusi yang terbaik guna untuk memecahkan masalah-masalah yang dialami oleh nasabah dengan meningkatkan kualitas pelayanan petugas *teller* dan *customer service* demi menerapkan standar pelayanan dan memberikan pelayanan yang maksimal kepada nasabah. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wulandari dan Tuti (2012).

Mutu pelayanan sangatlah penting dan terus ditingkatkan karena identik dengan keberadaan lembaga atau organisasi yang bersangkutan. Mutu pelayanan yang diberikan akan mempengaruhi kepuasan nasabah, dimana bank yang memiliki pelayanan buruk lambat laun akan ditinggalkan nasabahnya. Namun, sebaliknya bank yang bermutu pelayanannya prima akan banyak dicari nasabah. Dengan reputasi pelayanan terbaik dan posisi tawar yang kuat, bank tidak perlu takut kehilangan nasabahnya. Bahkan bank bisa menjadi pemenang dalam merebut dana nasabah. Dan mutu pelayanan dapat diukur melalui metode CARTER yang dikemukakan oleh Abdul Qawi dan Lyn Owen, metode CARTER ini mempunyai 6 indikator yaitu *sharia compliance*, *assurance*, *reliability*, *tangible*, *emphaty*, dan *responsiveness*.

Model CARTER merupakan suatu pengukuran kualitas layanan perbankan syariah dengan 6 dimensi yaitu *sharia compliance*, *assurance*, *reliability*, *tangible*, *empathy*, dan *responsiveness*, yang secara keseluruhan terdiri dari 30 indikator. *Sharia compliance* adalah kepatuhan syariah, dimana kemampuan perusahaan untuk memenuhi hukum Islam dengan berpanutan Al-Qur'an dan hadist. *Assurance* adalah jaminan atau kepastian, dimana seorang karyawan pasti memberikan produk yang pasti dan sesuai dengan keinginan nasabah dan juga menjamin kerahasiaan data nasabahnya. *Reliability* adalah kehandalan, dimana karyawan bank mampu memenuhi dan mematuhi janji yang telah mereka sampaikan kepada nasabahnya. *Tangible* adalah bukti fisik, dimana nasabah bisa merasakan langsung pelayanan yang diberikan seperti gedung yang nyaman dengan fasilitas-fasilitas yang diberikan. *Emphaty* adalah kepedulian, dimana karyawan bank mampu melayani nasabah secara individual dan memberikan perhatian lebih secara normal. *Responsiveness* adalah Ketanggapan, dimana karyawan bank mampu membantu keperluan nasabah dengan cepat dan tepat. Sehingga dapat diketahui bahwa perbedaan pengukuran kualitas pada model SERVQUAL milik Parasuraman dan model CARTER terletak pada dimensi *compliance*. Dimensi *compliance* ini memiliki arti kemampuan dari perusahaan untuk memenuhi hukum Islam dan beroperasi di bawah prinsip-prinsip ekonomi dan perbankan Islam.

Dengan latar belakang inilah penulis terdorong untuk mengetahui lebih jauh lagi tentang kepuasan nasabah setelah menerima pelayanan

dari PT. Bank Syariah Mandiri KCP Ulee Kareng, dengan ini dapatlah diketahui bahwa dimensi pelayanan sebagaimana yang dapat memberikan kepuasan bagi nasabah. Penelitian ini diharapkan PT. Bank Syariah Mandiri KCP Ulee Kareng dapat meningkatkan pelayanan agar dapat memberikan kepuasan bagi nasabahnya dengan tetap berlandaskan pada syariat Islam, serta PT. Bank Syariah Mandiri KCP Ulee Kareng dapat meningkatkan pelayanan yang prima sehingga nasabah semakin loyal dengan PT. Bank Syariah Mandiri KCP Ulee Kareng khususnya.

Sebagaimana yang sudah dijabarkan pada sebelumnya, PT. Bank Syariah Mandiri KCP Ulee Kareng merupakan bank syariah yang memberikan mutu secara khusus, dalam hal memberikan mutu pelayanan kepada nasabah. Mutu pelayanan yang diberikan kepada nasabah tentu akan membuat nasabah merasa dirinya dipentingkan dan diperhatikan dengan baik dan wajar. Berdasarkan pada pola pikir diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Mutu Pelayanan *Frontliner* Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt. Bank Syariah Mandiri KCP Ulee Kareng”**

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

1. Bagaimana pengaruh *Sharia Compliance* terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Ulee Kareng?
2. Bagaimana pengaruh *Assurance* terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Ulee Kareng?
3. Bagaimana pengaruh *Reliability* terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Ulee Kareng?

4. Bagaimana pengaruh *Tangible* terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Ulee Kareng?
5. Bagaimana pengaruh *Emphaty* terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Ulee Kareng?
6. Bagaimana pengaruh *Responsiveness* terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Ulee Kareng?
7. Bagaimana pengaruh *sharia compliance, assurance, reliability, tangible, emphy, Responsiveness* terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Ulee Kareng?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian adalah untuk:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Sharia Compliance* terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Ulee Kareng
2. Untuk mengetahui pengaruh *Assurance* terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Ulee Kareng
3. Untuk mengetahui pengaruh *Reliability* terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Ulee Kareng
4. Untuk mengetahui pengaruh *Tangible* terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Ulee Kareng
5. Untuk mengetahui pengaruh *Emphaty* terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Ulee Kareng
6. Untuk mengetahui pengaruh *Responsiveness* terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Ulee Kareng

7. Untuk mengetahui pengaruh *sharia compliance, assurance, reliability, tangible, empty, Responsiveness* terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Ulee Kareng

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki manfaat yaitu:

- a. Bagi Penulis

Untuk menerapkan ilmu pengetahuan, berupa teori-teori yang penulis pelajari selama menjalani perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Ar-Raniry Banda Aceh, dengan kata lain penulis berharap akan dapat menambah khasanah ilmu pengetahuan baik berupa teori maupun pengaplikasian dari teori tersebut.

- b. Bagi Perusahaan

Diharapkan penulisan ini sebagai gambaran kinerja PT. Bank Syariah Mandiri KCP Ulee Kareng khususnya dalam hal pelayanan yang diberikan oleh para *frontliner* sehingga dapat dijadikan bahan evaluasi yang sangat berguna untuk meningkatkan kinerja Bank Syariah Mandiri KCP Ulee Kareng.

- c. Bagi Fakultas

Manfaat penulisan ini bagi lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh adalah sebagai bahan pertimbangan atau referensi dalam

mempelajari, memahami, mengulas, mencatat dan menilai kualitas pelayanan yang diterapkan oleh perusahaan.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan, maka disusunlah suatu sistematika penulisan yang berisi informasi mengenai materi dan hal yang dibahas dalam tiap-tiap bab, adapun sistematika penulisan penelitian adalah sebagai berikut:

BAB I: Pendahuluan

Pada bab ini menjelaskan tentang inti pikiran yang tertuang dalam pembahasan skripsi ini, yang dari latar belakang masalah, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian serta sistematika penelitian.

BAB II: Landasan Teori

Pada bab dua ini berisikan tinjauan mengenai landasan teori mutu pelayanan, pengertian *frontliner* yang pembahasannya meliputi *customer service*, *teller* dan *security*, dan kepuasan nasabah yang digunakan untuk dasar dari analisis penelitian, penelitian terdahulu, kerangka penelitian dan hipotesis.

BAB III: Metode Penelitian

Pada bab tiga ini menjelaskan mengenai pendekatan penelitian, lokasi penelitian, cara penentuan sampel, jenis dan sumber data, definisi operasional dan

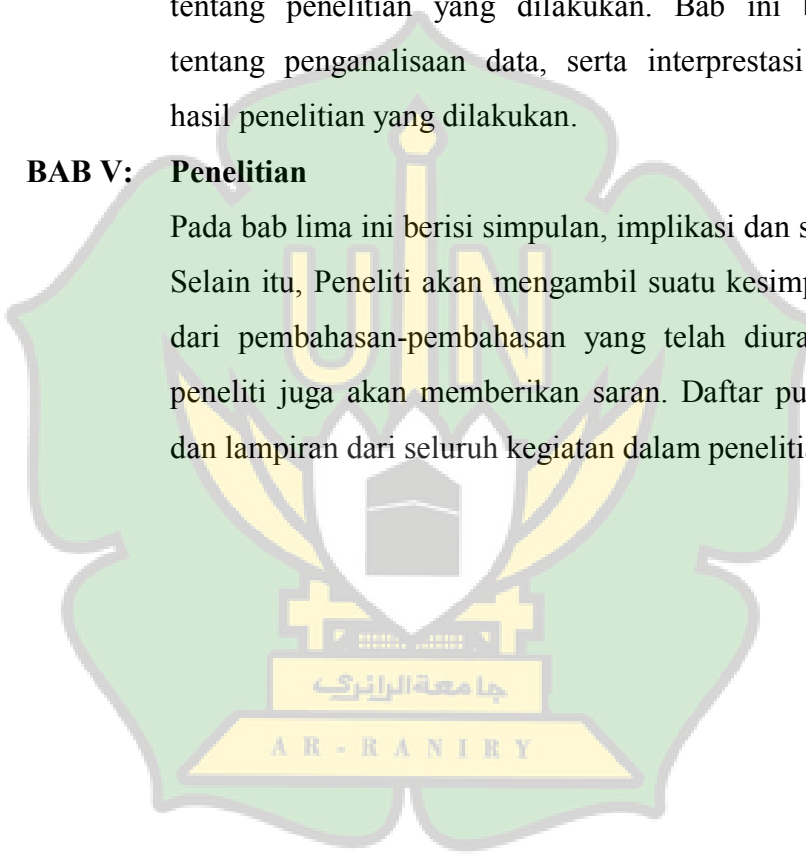
indikator variabel penelitian, serta metode analisis yang dipakai dalam penelitian.

BAB IV: Hasil Penelitian

Pada bab empat ini membahas secara lebih mendalam tentang penelitian yang dilakukan. Bab ini berisi tentang penganalisaan data, serta interpretasi dari hasil penelitian yang dilakukan.

BAB V: Penelitian

Pada bab lima ini berisi simpulan, implikasi dan saran. Selain itu, Peneliti akan mengambil suatu kesimpulan dari pembahasan-pembahasan yang telah diuraikan, peneliti juga akan memberikan saran. Daftar pustaka dan lampiran dari seluruh kegiatan dalam penelitian.



BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Definisi Mutu Pelayanan

Menurut Goetsch dan Davis dalam Tjiptono (2012: 152), mutu merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Mutu jasa berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketetapan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Menurut Wyckof dalam Tjiptono (2004), mutu jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Mutu total suatu jasa terdiri atas tiga komponen utama. Menurut Gronroos yang diacu dalam Tjiptono (2004), yaitu *technical quality*, *funcional quality* dan *corporate image*

Menurut kamus besar bahasa Indonesia, pelayanan berasal dari kata “layan” yang artinya membantu menyiapkan (mengurus) apa-apa yang diperlukan seseorang. Jadi, kata “pelayanan” adalah perihal atau cara melayani, usaha melayani kebutuhan orang lain dengan memperoleh imbalan, kemudahan yang diberikan sehubungan dengan jual beli barang atau jasa.

Dalam definisi lain, pengertian pelayanan merupakan tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya bersifat *intangibile* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan sesuatu (Lupiyoadi, 2009: 54). Dengan demikian

pelayanan merupakan perilaku nasabah dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah demi tercapainya kepuasan pada nasabah itu sendiri sehingga akan mempengaruhi keputusan nasabah

Pelayanan adalah setiap tindakan, perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada nasabah (Kasmir, 2011: 15). Dalam praktiknya, pelanggan atau nasabah yang membutuhkan sesuatu atau memerlukan pelayanan sesuai dengan keinginannya. Ada empat macam nasabah yang memerlukan pelayanan, yaitu pelanggan/nasabah sangat perlu bantuan seseorang *customer service* untuk menentukan atau memperoleh informasi tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan produk. Mulai dari mencari produk yang diinginkan, memilih produk, meminta penjelasan tentang produk sampai dengan pembayaran di kasir, pelanggan atau nasabah memerlukan bantuan hanya seperlunya saja, artinya nasabah datang kemudian mencari sendiri, memilih sendiri baru terakhir berhubungan dengan petugas pada saat pembayaran, pelanggan atau nasabah membutuhkan bantuan tetapi melalui telepon. Jadi, dalam hal pelanggan tidak berhadapan langsung secara fisik dengan kita, akan tetapi hanya melalui suara, pelanggan atau nasabah tidak perlu meminta bantuan petugas jika tidak dalam keadaan darurat, artinya yang dihadapi nasabah dalam hal ini adalah mesin Anjungan Tunai Mandiri (ATM).

Menurut Kotler (2002: 83), pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain,

yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun

Menurut Tjiptono (2012), mutu layanan digambarkan sebagai suatu bentuk sikap (*attitude*) yang berhubungan, namun tidak persis sama dengan kepuasan, yang diperoleh dengan membandingkan harapan dengan kinerja yang dirasakan. Terdapat delapan dimensi mutu yang dikemukakan oleh Garvin dalam Nasution (2004), yaitu kinerja, ciri-ciri atau keistimewaan tambahan, kehandalan, kesesuaian dengan spesifikasi, daya tahan, kemampuan layanan, estetika, mutu yang dipersepsikan.

Menurut Arif (2010), adapun terkait dengan mutu pelayanan, ukurannya bukan hanya ditentukan oleh pihak yang melayani (perusahaan) saja, tetapi lebih banyak ditentukan oleh pihak yang dilayani, karena merekalah yang menikmati layanan sehingga dapat mengukur kualitas pelayanan berdasarkan harapan-harapan mereka dalam memenuhi kepuasannya.

Mutu pelayanan terbagi menjadi dua bagian, yaitu kualitas layanan internal berkaitan dengan interaksi jajaran pegawai perusahaan dengan berbagai fasilitas yang tersedia. Mutu layanan internal ditentukan oleh beberapa faktor yaitu pola manajemen umum perusahaan, penyediaan fasilitas pendukung, pengembangan sumber daya manusia, iklim kerja dan keselarasan hubungan kerja, dan pola insentif. Kualitas layanan eksternal merupakan kualitas pelayanan kepada pelanggan eksternal, mutu layanan ditentukan oleh beberapa

faktor yaitu yang berkaitan dengan penyediaan jasa, yang berkaitan dengan penyediaan barang.

Kotler (1994) mendefinisikan kualitas atau mutu dengan kecocokan penggunaan, kesesuaian pada kebutuhan, bebas dari penyimpangan dan seterusnya. Menurut American society for quality control, kualitas adalah keseluruhan ciri atau sifat barang dan jasa yang berpengaruh pada kemampuannya memenuhi kebutuhan yang dinyatakan maupun yang tersirat. Parasuraman, Zeithaml, dan Berry dalam Kotler (1997) mengemukakan lima penentu kualitas jasa yaitu keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), kepastian (*assurance*), empati (*emphaty*), berwujud (*tangible*).

2.2 Kualitas Pelayanan Dalam Perpekstif Islam dan Model CARTER

Kualitas layanan merupakan faktor kunci yang akan menjadi keunggulan daya saing di dunia perbankan saat ini. Metode pengukuran kualitas layanan yang biasa digunakan untuk mengukur kualitas pada perbankan konvensional serta banyak digunakan secara luas adalah metode SERVQUAL. Metode SERVQUAL didasarkan pada “*gap model*” yang dikembangkan oleh Parasuraman, et al. (1988, 1991, 1993, 1994). Metode SERVQUAL didasarkan pada lima dimensi yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Namun kelima dimensi kualitas layanan tersebut bersifat general (pengukuran kualitas untuk bank konvensional), sehingga jika diterapkan pada perusahaan yang memiliki karakteristik khusus seperti perbankan islam perlu mendapatkan modifikasi. Keunikan

bank syariah dalam hal *compliance* yaitu pemenuhan hukum Islam dalam operasionalnya tidak bisa disama ratakan dengan pengukuran yang sama dengan bank konvensional

Othman dan Owen (2001) mengembangkan model pengukuran kualitas jasa untuk mengukur kualitas jasa yang dijalankan dengan prinsip syariah, khususnya bisnis perbankan syariah. Model ini disebut sebagai Model CARTER.

Model CARTER merupakan suatu pengukuran kualitas layanan perbankan syariah dengan 6 dimensi yaitu *sharia compliance*, *assurance*, *reliability*, *tangible*, *empathy*, dan *responsiveness*, yang secara keseluruhan terdiri dari 30 indikator. Sehingga dapat diketahui bahwa perbedaan pengukuran kualitas pada model SERVQUAL milik Parasuraman dan model CARTER terletak pada dimensi *compliance*. Dimensi *compliance* ini memiliki arti kemampuan dari perusahaan untuk memenuhi hukum Islam dan beroperasi di bawah prinsip-prinsip ekonomi dan perbankan Islam.

Menurut Othman dan Owen (2001), terdapat 6 indikator yang mengukur kualitas pelayanan bank syariah dengan model CARTER, yaitu sebagai berikut:

1. Kepatuhan Syariah (*Sharia Compliance*)

Kepatuhan syariah (*sharia compliance*) merupakan kepatuhan syariah yang harus ditaati oleh direksi serta setiap karyawan bank syariah dan dengan adanya *sharia compliance*, bank syariah diharapkan menjalankan operasionalnya sesuai dengan ketentuan prinsip-prinsip ekonomi syariah, seperti tidak adanya pembayaran riba

atau bunga yang diberikan kepada nasabah baik dalam bentuk tabungan ataupun pembiayaannya, serta bank syariah tidak melakukan investasi pada kegiatan yang diharamkan dalam Islam seperti usaha perdagangan minuman keras, judi dan prostitusi dan membagi hasilnya dengan nasabah tersebut, bank syariah hanya melakukan kegiatan yang halal atau diperbolehkan dalam prinsip Islam dalam seluruh kegiatan operasionalnya,

2. Jaminan (*Assurance*) dan kepastian

Jaminan (*assurance*) adalah pernyataan tentang kesopanan, pengetahuan dan kemampuan segenap karyawan yang dapat menimbulkan keyakinan dan kepercayaan konsumen. *Assurance* atau jaminan merupakan pengetahuan dan perilaku *employee* untuk membangun kepercayaan dan keyakinan pada diri konsumen dalam mengkonsumsi jasa yang ditawarkan. Dimensi ini sangat penting karena melibatkan persepsi konsumen terhadap resiko ketidakpastian yang tinggi terhadap kemampuan penyedia jasa. Perusahaan membangun kepercayaan dan kesetiaan konsumen melalui karyawan yang terlibat langsung menangani konsumen. Jadi komponen dari dimensi ini terdiri dari kompetensi karyawan yang meliputi keterampilan, pengetahuan yang dimiliki karyawan untuk melakukan pelayanan dan kredibilitas perusahaan yang meliputi hal-hal yang berhubungan dengan kepercayaan konsumen kepada perusahaan seperti, reputasi perusahaan, prestasi dan lain-lain (Parasuraman, 2008: 38)

3. Keandalan (*Reliability*)

Keandalan (*reliability*) merupakan pernyataan tentang kemampuan perusahaan dalam memenuhi atau mematuhi janji yang telah mereka sampaikan kepada konsumen. *Reliability* atau keandalan merupakan kemampuan perusahaan untuk melaksanakan jasa sesuai dengan apa yang telah dijanjikan secara tepat waktu. Pentingnya dimensi ini adalah kepuasan konsumen akan menurun bila jasa yang diberikan tidak sesuai dengan yang dijanjikan. Jadi komponen atau unsur dimensi *reliability* ini merupakan kemampuan perusahaan dalam menyampaikan jasa secara tepat dan pembebanan biaya secara tepat (Parasuraman, 2008: 27).

Ada 2 aspek dari dimensi ini. Pertama adalah kemampuan pengusaha untuk memberikan pelayanan seperti yang dijanjikan. Kedua adalah seberapa jauh suatu perusahaan mampu memberikan pelayanan yang akurat atau tidak ada error (Parasuraman, 2008: 28).

Ada 3 hal besar yang dapat dilakukan perusahaan dalam upaya meningkatkan tingkat *reliability*. Pertama, adalah pembentukan budaya kerja “*error free*” atau “*no mistake*”. *Top management* perlu menyakinkan kepada semua bawahannya bahwa mereka perlu melakukan sesuatu benar 100%. Kesalahan 1% bisa menurunkan tingkat profitabilitas hingga 5-20%. Kedua, perusahaan perlu mempersiapkan infrastruktur yang memungkinkan perusahaan memberikan pelayanan “*no mistake*”. Hal ini dapat dilakukan dengan cara memberikan pelatihan secara terus-menerus dan menekankan kerja *teamwork*. Dengan kerja *teamwork*, koordinasi antar bagian

menjadi lebih baik. Ketiga, diperlukan test sebelum suatu layanan diluncurkan benar-benar diluncurkan (Tjiptono, 2011: 56).

Kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Harus sesuai dengan harapan pelanggan, berarti kinerja yang tepat waktu, pelayanan tanpa kesalahan, sikap simpati, dan dengan akurasi tinggi (Penulis, 2019)

4. Bukti fisik (*Tangibles*)

Bukti fisik (*tangibles*) merupakan pernyataan tentang fasilitas fisik, perlengkapan, penampilan personalia, dan sarana komunikasi suatu perusahaan (Parasuraman, 2008: 24). Karena suatu service tidak bisa dilihat, tidak bisa dicium dan tidak bisa diraba, maka aspek *tangible* menjadi penting sebagai ukuran terhadap pelayanan. Pelanggan akan menggunakan indra penglihatan untuk menilai suatu kualitas pelayanan. Pelanggan akan mempunyai persepsi bahwa suatu usaha/lembaga mempunyai pelayanan yang baik apabila bangunan terlihat mewah dengan berbagai fasilitas pendukung. Selain gedung dan peralatan, pelanggan akan menilai seragam dan penampilan fisik dari pegawai. Fasilitas telah memberikan kekuatan yang besar dalam mempengaruhi persepsi para pelanggannya bahwa mereka mempunyaikualitas pelayanan yang baik (Parasuraman, 2008: 27).

Tangibles merupakan bukti nyata dari kepedulian dan perhatian yang diberikan oleh penyedia jasa kepada konsumen. Pentingnya dimensi *tangibles* ini akan menumbuhkan *image* penyedia jasa terutama bagi konsumen baru dalam mengevaluasi kualitas jasa. Perusahaan yang tidak memperhatikan fasilitas fisiknya akan

menumbuhkan kebingungan atau bahkan merusak image perusahaan (Tjiptono, 2011: 54).

Kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksternal. Penampilan fisik dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa, ini meliputi fasilitas fisik (gedung, fasilitas fisik dan lainnya), teknologi (peralatan dan perlengkapan yang dipergunakan), serta penampilan pegawainya.

5. Kepedulian (*Emphaty*)

Kepedulian (*emphaty*) yaitu pernyataan tentang kepedulian dan perhatian perusahaan kepada konsumen secara individual. *Emphaty* merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk memberikan perhatian kepada konsumen secara individu, termasuk juga kepekaan akan kebutuhan konsumen. Jadi komponen dari dimensi ini merupakan gabungan dari akses yaitu kemudahan untuk memanfaatkan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan, komunikasi merupakan kemampuan melakukan untuk menyampaikan informasi kepada konsumen atau memperoleh masukan dari konsumen dan pemahaman merupakan usaha untuk mengetahui dan memahami kebutuhan dan keinginan konsumen.

Dimensi *emphaty* ini merupakan penggabungan dari dimensi akses (*access*), meliputi kemudahan untuk memanfaatkan jasa yang ditawarkan perusahaan. Komunikasi (*communication*), merupakan kemampuan melakukan komunikasi untuk menyampaikan informasi kepada pelanggan atau memperoleh masukan dari pelanggan.

Pemahaman pada pelanggan (*understanding the customer*), meliputi usaha perusahaan untuk mengetahui dan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan memberikan perhatian, tulus, dan bersifat individual atau pribadi kepada nasabah, di mana suatu perusahaan diharapkan memiliki suatu pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

6. Ketanggapan (*Responsiveness*)

Ketanggapan (*responsiveness*) yaitu keinginan tentang kemauan penyedia jasa untuk membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat. *Responsiveness* adalah dimensi kualitas pelayanan yang paling dinamis. Harapan pelanggan terhadap kecepatan pelayanan hampir dapat dipastikan akan berubah dengan kecenderungan naik dari waktu ke waktu (Tjiptono, 2011: 58).

Responsiveness atau daya tanggap merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan oleh langsung karyawan untuk memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap. Daya tanggap dapat menumbuhkan persepsi yang positif terhadap kualitas jasa yang diberikan. Termasuk didalamnya jika terjadi kegagalan atau keterlambatan dalam penyampaian jasa, pihak penyedia jasa berusaha memperbaiki atau meminimalkan kerugian konsumen dengan segera. Dimensi ini menekankan pada perhatian dan kecepatan karyawan yang terlibat untuk menanggapi permintaan, pertanyaan, dan keluhan konsumen. Jadi komponen atau unsur dari dimensi ini terdiri dari kesiapan karyawan dalam melayani pelanggan, kecepatan karyawan

dalam melayani pelanggan, dan penanganan keluhan pelanggan (Parasuraman, 2008: 29).

Suatu kemampuan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsive*) dan tepat kepada pelanggan menunggu tanpa alasan yang jelas, menyebabkan persepsi yang negative dalam kualitas jasa. Pelayanan yang responsif atau yang tanggap, juga sangat dipengaruhi oleh sikap *front-line staf*. Salah satunya adalah kesigapan dan ketulusan dalam menjawab pertanyaan atau permintaan pelanggan. Kepuasan pelanggan dalam hal *responsiveness* ini juga seringkali ditentukan melalui pelayanan melalui telepon. Berdasarkan banyak studi yang dilakukan, ada satu hal yang sangat sering membuat pelanggan kecewa, yaitu pelanggan sering di oper-oper saat menelepon. Dari operator dioper ke staf yang lain dan kemudian ke staf lain, setelah itu, pelanggan akhirnya mendapat jawaban “saya kembalikan ke operator lagi ya, pak?”. Sungguh pelayanan yang tidak tanggap dan pastilah pelanggan tidak puas (Fery Sujarwo, 2016)

Kualitas pelayanan dalam pandangan Islam menyatakan bahwa, Islam mengajarkan bila ingin memberikan hasil usaha yang, sebuah usaha itu harus mempunyai sifat lemah lembut dalam bertata bicara dan mempunyai sifat sopan dan santun, agar nasabah merasa puas terhadap mutu pelayanan yang diberikan. Hal ini terdapat dalam firman Allah SWT, sebagai berikut:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظًا لَفُضِّقَ الْقَلْبُ لَا نَقُضُوا
 مِنْحَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ
 فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ (١٥٩)

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

Berdasarkan dari ayat diatas, dapat dijelaskan bahwa setiap manusia dituntut untuk berlaku lemah lembut kepada orang lain, agar dapat merasakan kenyamanan ketika berada disekitarnya. Begitu pula dengan pelayanan yang diberikan oleh *frontliner* juga harus menggunakan kata-kata yang lemah lembut dan bersikap sopan dan santun. Bila petugas *frontliner* tidak mampu memberikan pelayanan dengan lemah lembut dan sopan dan santun, maka nasabah akan merasa mutu pelayanan kurang baik dan nasabah akan berpindah ke bank lainnya. Maka petugas *frontliner* harus menghilangkan sikap keras hati dan harus memiliki sifat pemaaf dan murah hati agar nasabah terhindar dari rasa takut, tidak percaya dan perasaan adanya bahaya dari pelayanan yang diterimanya.

2.3 Definisi Frontliner

Frontliner adalah barisan paling depan yang berperan dalam aktivitas utama di sebuah bank dan merupakan staf yang langsung berhubungan dengan nasabah. Mereka mewakili perusahaan, berinteraksi dengan pelanggan secara langsung. Karena itu, banyak hal yang harus diperhatikan para *frontliner* agar citra mereka dan perusahaan tetap profesional di mata para nasabah. Salah satunya adalah mengesampingkan prasangka ketika melayani nasabah. Dan penempatan staff *frontliner* akan menciptakan kesan pertama yang baik atau buruk terhadap suatu bank (penulis, 2019). Menurut Indayati Oetomo International Director John Robert Powers (JRP), para *frontliner* harus bisa melayani semua orang tanpa perbedaan. Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan oleh seseorang yang bertugas sebagai *frontliner*:

1. Menghadapi nasabah yang mempunyai "niat lain", para *frontliner* juga harus bisa menjaga diri. Misalnya, tidak mudah terpancing emosinya. Mereka harus tetap sopan dan santun dalam memperlakukan nasabah secara baik. "Yang penting adalah tetap fokus pada masalah perusahaan".
2. Begitu pula ketika ada nasabah yang mulai menggoda dan menjurus ke masalah pribadi. Godaan tersebut bisa diatasi jika sejak awal *frontliner* menunjukkan bahasa tubuh atau pemilihan tata bahasa yang "tidak mengundang"
3. Selain menjaga kosa kata yang di gunakan, intonasi, dan bahasa tubuh, ada satu hal lagi yang perlu diperhatikan,

menjaga batas antar individu saat berkata-kata. Usahakan menjaga jarak sekitar 60-80 sentimeter dari nasabah. Sebab, itu jarak paling aman. Kalau jaraknya lebih dekat, itu termasuk zona pribadi. Kalau terlalu jauh justru dapat menghambat efektivitas komunikasi.

Seperti diungkapkan Sunarto (2003: 244), mengidentifikasi interaksi pegawai seperti keramahan, sikap hormat, dan empati ditunjukkan oleh masyarakat yang memberikan jasa atau barang sebagai salah satu dimensi dasar dan kualitas. Senada dengan hal tersebut, Parasuraman dalam Lupiyoadi (2001: 148) menyebutkan *responsiveness*, atau ketanggapan yaitu suatu kemauan anggota organisasi layanan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas serta *empathy*, yaitu pemberian perhatian yang halus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan merupakan peranan yang mesti dijalankan para *frontliner* dalam menjalankan tugas-tugasnya. Garvin dalam Tjiptono dan Diana (2003: 27), lebih menekankan pada aspek kecepatan, kompetensi, kenyamanan, penanganan keluhan yang memuaskan dan citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya sebagai dimensi kualitas yang merupakan pilihan bagi pelanggan. Menurut Zuliani (2017), *frontliner* adalah petugas yang berhadapan langsung dengan nasabah, *frontliner* terdiri dari *customer service*, *teller* dan *security*.

2.4 bagian-bagian Petugas *Frontliner*

a. Customer service

Menurut Kasmir (2010: 180), *customer service* memegang peranan sangat penting. Dalam dunia perbankan tugas utama seorang *customer service* memberikan pelayanan dan membina hubungan dengan masyarakat. *Customer service* bank dalam melayani para nasabah selalu berusaha menarik dengan cara merayu para calon nasabah menjadi nasabah bank yang bersangkutan dengan berbagai cara *customer service* juga harus dapat menjaga nasabah lama agar tetap menjadi nasabah bank. Sebagai seorang *customer service* pasti sudah ditetapkan fungsi dan tugas yang harus diembannya, fungsi dan tugas ini harus dilaksanakan sebaik mungkin dalam arti dapat dilaksanakan dengan sebaik-baiknya. Kemudian *customer service* harus bertanggung jawab dari awal sampai selesainya pelayanan nasabah. Menurut Kasmir (2008) beberapa peranan *customer service* merupakan bertanggung jawab terhadap kelancaran dan layanan bank, melakukan investigasi terhadap keluhan masalah yang sesuai dengan standar penanganan keluhan, memahami kelancaran dan pemahaman arus informasi yang tepat guna bagi nasabah, khususnya mengenai semua jenis produk dan jasa bank dalam hal ini *customer service* menjawab pertanyaan nasabah mengenai pelayanan jasa perbankan serta menampung keluhan nasabah tentang layanan jasa perbankan, menjamin kelancaran dan keramah-tamahan pelayanan jasa bank terhadap nasabah baik kredit maupun tabungan.

b. Teller

Menurut Sujarwo (2016), *teller* merupakan komponen lembaga keuangan yang cukup penting karena dianggap sebagai wajah suatu lembaga keuangan. *Teller* dalam lembaga keuangan berfungsi sebagai pelaksana teknis kantor yang meliputi teknis kasir dan pelayanan transaksi kas. Untuk menjadi seorang *teller* tidak hanya dibutuhkan kemampuan secara teknis, akan tetapi seorang *teller* juga dituntut juga memiliki attitude yang baik, kejujuran kedisiplinan kerja, tanggung jawab dan fokus kerja yang tinggi. Sebagai seorang *teller* pasti sudah ditetapkan tugas yang diembannya, tugas seorang *teller* merupakan melayani transaksi keuangan kepada nasabah dengan prosedur yang benar, meneliti secara cermat alat dan bukti transaksi meliputi kelengkapan dan kebenaran serta legalitasnya, membuat laporan transaksi keuangan, kas dan lainnya pada akhir periode, melakukan kas opname setiap hari yang kemudian ditandatangani oleh manajer, tidak melakukan tugas atau tindakan diluar batas kewenangan *teller* sebelum mendapat izin dari manajer atau kepala cabang.

Wewenang seorang *teller* yaitu menolak transaksi yang tidak memenuhi syarat dan prosedur yang berlaku serta diragukan kebenarannya, menolak orang lain yang tidak berkepentingan masuk dalam counter kasir, memiliki control terhadap alur keluar masuk uang. Tanggung jawab dari seorang *teller* yaitu bertanggung jawab secara moral, material, administrasi dan hukum atas pekerjaan dan tugasnya seperti bertanggung jawab atas penyimpanan dan perawatan

buku tabungan dan hal lainnya yang berhubungan dengan nasabah dan administrasi kantor.

c. SATPAM (Satuan Pengamanan) atau Security

Satpam yang merupakan dari satuan pengamanan adalah satuan kelompok petugas yang dibentuk oleh instansi/proyek/badan usaha untuk melakukan keamanan fisik (*physical security*) dalam rangka penyelenggaraan keamanan swakarsa dilingkungan kerjanya.

Dalam pelaksanaan tugas anggota satpam berperan sebagai unsur pembantu pimpinan institusi/proyek/badan usaha bidang keamanan dan ketertiban lingkungan kerja, unsur pembantu kepolisian Negara dibidang penegakkan hukum dan waspada keamanan (*security minded*) dilingkungan kerja, mengatur parkir kendaraan nasabah dengan baik. memandu nasabah kedalam bank, mengarahkan nasabah untuk mendapatkan informasi tentang produk / brosur / slip transaksi / nomor antrian. Dalam hal pelayanan dilingkungan bank, satpam biasanya membantu nasabah dalam menunjukkan contoh penulisan formulir yang benar, memberikan informasi tentang produk dan pelayanan bank.

2.5 Definisi Kepuasan nasabah

Kepuasan nasabah merupakan salah satu indikator keberhasilan suatu usaha. Hal ini telah menjadi suatu kepercayaan umum karena dengan memuaskan konsumen, organisasi dapat meningkatkan tingkat keuntungannya dan mendapatkan pangsa pasar yang lebih luas. Kata “kepuasan atau satisfaction” berasal dari bahasa

latin “satis” (artinya cukup baik, memadai) dan “facio” (melakukan atau membuat). Secara sederhana kepuasan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai (Tjiptono, 2014). Menurut Kotler kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan, nasabah tidak puas, jika kinerja memenuhi harapan, nasabah puas. Jika kinerja melebihi harapan, nasabah amat puas atau senang.

Dalam ilmu ekonomi Islam, kepuasan seorang muslim disebut dengan qana'ah. Kepuasan dalam Islam (qana'ah) merupakan cerminan kepuasan seseorang baik secara lahiriah maupun batiniyah. Kepuasan dalam Islam mendorong seorang konsumen Muslim bersikap adil. Konsep kepuasan dalam Islam berkaitan dengan keimanan yang melahirkan rasa syukur. Sedangkan konsep kerja dalam Islam dianggap sebagai salah satu jenis ibadah. Seorang muslim haruslah mendahulukan orang lain dan memastikan bahwa apapun yang ia buat, tidak menimbulkan kerugian bagi orang lain bahkan seharusnya memberikan kepuasan kepada orang lain. Dalam penelitian ini nasabah didefinisikan sebagai orang atau badan hukum yang mempunyai rekening baik rekening simpanan atau pinjaman pada pihak bank (Daryanto dan Setyabudi (2014).

Dewasa ini perhatian terhadap kepuasan nasabah maupun ketidakpuasan nasabah semakin besar karena pada dasarnya tujuan dari semua perusahaan tujuan adalah untuk meningkatkan jumlah

nasabahnya, baik secara kuantitas maupun kualitas, secara kuantitas artinya jumlah nasabah bertambah cukup signifikan dari waktu ke waktu, sedangkan secara kualitas artinya nasabah yang didapatkan merupakan nasabah yang produktif yang mampu memberikan laba bagi bank.

Untuk mencapai tujuan tersebut dapat dilakukan dengan berbagai cara dan salah satunya adalah melalui memberikan kepuasan nasabah (Kasmir, 2010: 161). Kepuasan nasabah adalah hasil yang dirasakan oleh pembeli yang mengalami kinerja sebuah perusahaan yang sesuai dengan harapannya (Kotler, 2008: 43). Pengukuran kepuasan pelanggan dapat dilakukan melalui empat sarana, yaitu sistem keluhan dan usulan, survei kepuasan konsumen, konsumen samara (pegawai bank menyamar menjadi nasabah), analisis mantan pelanggan (melihat mengapa mantan nasabah ini tidak lagi menabung di bank tersebut) Menurut Kotler dalam Kasmir (2010: 163).

2.5.1 Strategi meningkatkan Kepuasan Nasabah

a. *Relationship marketing strategy* (strategi pemasaran berkesinambungan).

Menjalin hubungan yang baik secara terus menerus (berkesinambungan) dengan nasabah, tidak hanya dalam jangka pendek tetapi juga hubungan jangka panjang. Nasabah puas dan loyal pada bank. Oleh karena itu, bank harus terus memelihara dan meningkatkan pelayanannya sesuai dengan yang dibutuhkan dan diinginkan nasabah. Bank harus mampu menjalin tali silaturahmi yang baik dengan nasabah, agar nasabah merasa bank sebagai rumah kedua

mereka. Hal ini akan mampu meningkatkan loyalitas nasabah kepada bank, atau menimbulkan *word of mouth* yang positif. Misalkan pihak bank mencatat biodata dari nasabah, ketika nasabah tersebut berulang tahun diberikan ucapan selamat, baik dengan karangan bunga maupun sekedar kartu ucapan selamat ulang tahun. Hal ini bertujuan untuk membangun hubungan kekeluargaan antara pihak bank dengan nasabah.

b. Strategi pelayanan yang prima

Menurut Sutopo dan Suryanto (2001), strategi pelayanan prima adalah menawarkan pelayanan yang lebih baik dibandingkan dengan pesaing. Usaha ini biasanya membentuk biaya yang cukup besar, tetap juga memberikan dampak yang besar (positif) kepada nasabah. Contoh: BCA menyediakan jaringan ATM hingga ke pelosok Indonesia.

Menurut Awaluddin (2011: 190), cara menangani keluhan yang disampaikan oleh konsumen adalah dengan cara empati terhadap nasabah yang marah. Dalam menghadapi nasabah yang emosi/marah, petugas bank harus bersikap empati, artinya mendengarkan keluhan tersebut dengan penuh pengertian. Seorang *customer service* harus mampu memberikan pelayanan ke nasabah dengan sigap dan cepat, tanpa memberikan asumsi yang buruk di hadapan nasabah.

2.5.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah

Setiap orang adalah pelanggan, unit atau pihak dengan siapa kita bertransaksi, baik langsung maupun tidak langsung dalam penyediaan produk. Pada dasarnya ada dua jenis pelanggan, yaitu pelanggan

eksternal dan pelanggan internal. Pelanggan eksternal adalah orang diluar industri yang menerima suatu produk (*end-user*). Pelanggan eksternal setiap industri jelas adalah masyarakat umum yang menerima produk industri tersebut. Beberapa hal yang diperlukan pelanggan eksternal adalah yaitu kesesuaian dengan kebutuhan akan produk, harga yang kompetitif, kualitas dan realibilitas, pengiriman yang tepat waktu dan pelayanan purna jual. Pelanggan internal adalah orang yang melakukan proses (Handoko, 2008: 62).

selanjutnya dari suatu pekerjaan (*“next process”*) Pelanggan internal merupakan seluruh karyawan dari suatu industri. Yang diperlukan pelanggan internal adalah yaitu kerja kelompok dan kerjasama, struktur dan sistem yang efisien, pekerjaan yang berkualitas dan pengiriman yang tepat waktu (Handoko, 2008: 63).

Hasibuan (2008: 74) menjelaskan bahwa faktor yang mempengaruhi kepuasan kerja antara lain:

a. kerja karyawan

Karyawan cenderung menyukai pekerjaan-pekerjaan yang memberi mereka kesempatan untuk menggunakan keterampilan dan kemampuan mereka dan menawarkan tugas, kebebasan dan umpan balik mengenai betapa baik mereka mengerjakan. Karakteristik ini membuat kerja secara mental menantang. Pekerjaan yang terlalu kurang menantang menciptakan kebosanan, tetapi terlalu banyak menantang menciptakan frustrasi dan perasaan gagal. Pada kondisi tantangan yang sedang, kebanyakan karyawan akan mengalamai kesenangan dan kepuasan.

b. Upah yang didapatkan karyawan

Para karyawan menginginkan sistem upah dan kebijakan promosi yang mereka persepsikan sebagai adil, tidak kembar arti, dan segaris dengan pengharapan mereka. Bila upah dilihat sebagai adil yang didasarkan pada tuntutan pekerjaan, tingkat keterampilan individu, dan standar pengupahan komunitas, kemungkinan besar akan dihasilkan kepuasan. Tentu saja, tidak semua orang mengejar uang. Banyak orang bersedia menerima baik uang yang lebih kecil untuk bekerja dalam lokasi yang lebih diinginkan atau dalam pekerjaan yang kurang menuntut atau mempunyai keleluasaan yang lebih besar dalam kerja yang mereka lakukan dan jam-jam kerja. Tetapi kunci yang manakutkan upah dengan kepuasan bukanlah jumlah mutlak yang dibayarkan, yang lebih penting adalah persepsi keadilan. Serupa pula karyawan berusaha mendapatkan kebijakan dan praktik promosi yang lebih banyak, dan status sosial yang ditingkatkan. Oleh karena itu individu-individu yang mempersepsikan bahwa keputusan promosi dibuat dalam cara yang adil (*fair and just*) kemungkinan besar akan mengalami kepuasan dari pekerjaan mereka.

c. Kondisi kerja yang mendukung.

Karyawan peduli akan lingkungan kerja baik untuk kenyamanan pribadi maupun untuk memudahkan mengerjakan tugas. Studi-studi memperagakan bahwa karyawan lebih menyukai keadaan sekitar fisik yang tidak berbahaya atau merepotkan. Temperatur (suhu), cahaya, kebisingan, dan faktor lingkungan lain seharusnya tidak ekstrem (terlalu banyak atau sedikit).

d. Rekan kerja yang mendukung.

Orang-orang mendapatkan lebih dari pada sekedar uang atau prestasi yang berwujud dari dalam kerja. Bagi kebanyakan karyawan, kerja juga mengisi kebutuhan akan interaksi sosial. Oleh karena itu tidaklah mengejutkan bila mempunyai rekan sekerja yang ramah dan mendukung menghantar ke kepuasan kerja yang meningkat. Perilaku atasan seorang juga merupakan determinan utama dari kepuasan. Umumnya studi mendapatkan bahwa kepuasan karyawan ditingkatkan bila penyedia langsung bersifat ramah dan dapat memahami, menawarkan pujian untuk kinerja yang baik, mendengarkan pendapat karyawan, dan menunjukkan suatu minat pribadi pada mereka.

2.6.3 Elemen Kepuasan Nasabah

Wilkie (1994) dalam Yuniarti, membagi kepuasan konsumen/nasabah dalam lima elemen berikut ini (Yuniarti,2015):

1. Expectations

Pemahaman mengenai kepuasan konsumen dibangun selama fase pra-pembelian melalui proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh konsumen. Sebelum melakukan pembelian, konsumen mengembangkan pengharapan atau keyakinan mengenai hal-hal yang mereka harapkan dari suatu produk ketika mereka menggunakan produk tersebut. Pengharapan ini akan dilanjutkan pada fase pasca-pembelian ketika mereka secara aktif mengonsumsi kembali produk tersebut.

2. Performance

Selama mengonsumsi suatu produk, konsumen menyadari kegunaan produk actual dan menerima kinerja produk tersebut sebagai dimensi yang penting bagi konsumen.

3. *Comparison*

Setelah mengonsumsi, terdapat adanya harapan pra-pembelian dan persepsi kinerja actual, yang mendorong konsumen untuk membandingkan keduanya.

4. *Confirmation/ Disconfirmation*

Hasil perbandingan tersebut akan menghasilkan *confirmation of expectation*, yaitu ketika harapan dan kinerja berada pada level yang sama atau akan menghasilkan *disconfirmation of expectation*, yaitu jika kinerja actual lebih baik atau kurang dari level yang diharapkan.

5. *Discrepancy*

Jika level kinerja tidak sama, *discrepancy* mengindikasikan perbedaan antara level kinerja dengan harapan. Untuk *negative disconfirmations*, yaitu kinerja actual berada dibawah level harapan, kesenjangan yang lebih luas lagi akan mengakibatkan tingginya level ketidakpuasan.

2.6.5 Indikator Kepuasan Nasabah

Adapun indikator kepuasan nasabah menurut Kotler dan Keller (2009) untuk mempertahankan nasabah merupakan hal penting dari memikat nasabah. Oleh karena itu terdapat lima indikator untuk mengukur kepuasan nasabah yaitu:

1. membeli kembali produk atau jasa
2. mengutamakan hal-hal yang baik tentang perusahaan kepada orang lain dan merekomendasikan.
3. kurang memperhatikan merek dan iklan produk pesaing

4. membeli produk lain dari perusahaan yang sama.
5. menawarkan ide produk atau jasa kepada perusahaan tersebut
(Imansari, 2017).

2.7 Penelitian Terdahulu

Sebagai pendukung untuk dilakukannya penelitian ini maka penulis menggunakan beberapa penelitian terdahulu yang sesuai dengan judul penulis sebagai pedoman. Diantaranya, penelitian yang dilakukan oleh penelitian yang diteliti oleh Fuad Bayu Irawan (2013) yang berjudul “kualitas jasa pada bisnis perbankan syariah berdasarkan model CARTER di Kabupaten Banyumas” penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner dan data dokumentasi seperti jumlah karyawan dan sejarah berdirinya Bank Muamalat Salatiga. Dan penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui kriteria yang mempengaruhi nasabah dalam melakukan transaksi di bank syariah, mengetahui tingkat kepuasan nasabah perbankan syariah berdasarkan model CARTER serta untuk mengetahui besarnya pengaruh faktor-faktor kualitas jasa dengan model CARTER terhadap kepuasan pelanggan. Persamaan jenis penelitian ini menggunakan pengukuran melalui model CARTER, Perbedaan penelitian ini adalah tempat bank penelitian dan menggunakan 30 indikator untuk variabel-variabel penelitian yang sudah disesuaikan dengan objek penelitian.

Selanjutnya penelitian yang diteliti oleh Sabinus Theo S.A.S (2015) dengan judul “pengaruh kualitas pelayanan *frontliner* terhadap

kepuasan nasabah (Studi Pada PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah Abdul Muis)” jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas *frontliner* terhadap kepuasan nasabah Bank (studi pada PT. Bank BRI Syariah Kantor Cabang Abdul Muis). Hasil dari penelitian ini kualitas pelayanan *frontliner* dengan dimensi variabel yang paling dominan *reability* dan *emphaty* secara serentak pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Persamaan dari penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dan menggunakan pengumpulan data melalui data primer dan data skunder dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Perbedaan penelitian ini dengan peneliti sebelumnya terdapat pada indikator pengukuran mutu pelayanan yaitu dengan menggunakan model SERVQUAL, sedangkan penelitian ini mengukur dengan menggunakan model CARTER, dengan 30 indikator untuk variabel-variabel penelitian yang sudah disesuaikan dengan objek penelitian.

Selanjutnya penelitian yang diteliti oleh Iis Suryani (2016) dengan judul “pengaruh pelayanan *frontliner* terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Mandiri Cabang Ciputat” penelitian yang dilakukan menggunakan metode kuantitatif dan analisis yang digunakan adalah deksriptif analisis. Tujuan dari penelitian adalah untuk mengukur pengaruh antara pelayanan *frontliner* terhadap kepuasan nasabah untuk mengetahui pengaruh pelayanan *frontliner* baik dari *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* maupun *emphaty* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dan untuk

mengetahui seberapa besar pengaruh pelayanan *frontliner* terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Ciputat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor pelayanan frontliner yang berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah adalah variable *tangible, reliability, responsiveness, assurance* maupun *emphaty* hal ini menunjukkan sesuai dengan harapan nasabah. Persamaan dari penelitian ini adalah menggunakan metode kuantitatif dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh mutu pelayanan *frontliner* terhadap kepuasan nasabah, perbedaan penelitian ini dengan peneliti sebelumnya terdapat pada indikator pengukuran mutu pelayanan yaitu dengan menggunakan model SERVQUAL, sedangkan penelitian ini mengukur dengan menggunakan model CARTER, dengan 30 indikator untuk variabel-variabel penelitian yang sudah disesuaikan dengan objek penelitian.

Penelitian yang diteliti oleh Eko Pebrilaksono (2018) yang berjudul “pengaruh kualitas pelayanan dengan model carter terhadap kepuasan anggota (studi kasus pada BMT Muamalat Cabang Jatiyoso Kabupaten Karanganyar)” penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif, yang bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor kualitas layanan yang mempengaruhi kepuasan nasabah, kriteria terpenting yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah dan menganalisis tingkat kepuasan anggota di BMT Muamalat Cabang Jatiyoso adaptasi model CARTER. Populasi penelitian ini adalah nasabah BMT Muamalat Cabang Jatiyoso yang sudah menjadi nasabah minimal 2 tahun sehingga ditemukan 98 responden sebagai sampel. Hasil dari

penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dengan kedua dimensinya berpengaruh secara signifikan dan dimensi lainnya tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Persamaan dari penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dan menggunakan model CARTER. Perbedaan penelitian ini adalah tempat bank penelitian dan menggunakan 30 indikator untuk variabel-variabel penelitian yang sudah disesuaikan dengan objek penelitian.

Penelitian yang diteliti oleh Kiki Nurul Fitriani (2018) dengan judul “pengaruh kualitas pelayanan dengan dimensi carter di perbankan syariah terhadap kepuasan nasabah (studi kasus pada nasabah Tabungan Faedah BRI Syariah Kcp Majapahit Semarang)” terhadap kepuasan nasabah bertransaksi Di perbankan” penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif dan menggunakan analisis regresi linear berganda, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor apa saja yang langsung bisa dirasakan oleh nasabah, apakah pelayanan baik atau tidak. Persamaan dari penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dan menggunakan model CARTER. Perbedaan penelitian ini adalah tempat bank penelitian dan menggunakan 30 indikator untuk variabel-variabel penelitian yang sudah disesuaikan dengan objek penelitian.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

| No | Peneliti | Judul penelitian | Hasil |
|----|-------------------------|--|--|
| 1. | Fuad Bayu Irawan (2013) | Kualitas Jasa Pada Bisnis Perbankn Syariah Berdasarkan Model | Kualitas jasa dengan dimensi variable kepatuhan syariah, |

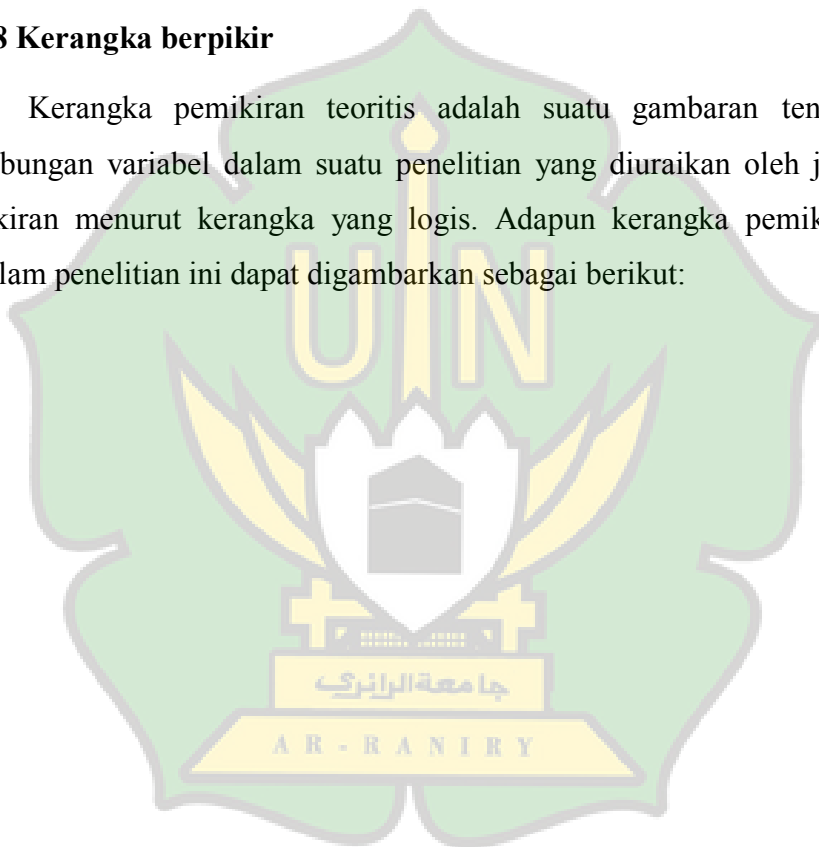
| | | | |
|----|----------------------------|--|---|
| | | CARTER Di Kabupaten Banyumas | bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah bertransaksi di perbankan. |
| 2. | Sabinus Theo S.A.S (2015) | Pengaruh Kualitas Pelayanan <i>Frontliner</i> Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah Abdul Muis) | Kualitas pelayanan <i>frontliner</i> dengan dimensi variabel yang paling dominan <i>reability</i> dan <i>emphaty</i> secara serentak pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. |
| 3. | Iis Suryani (2016) | Pengaruh Pelayanan <i>Frontliner</i> Terhadap kepuasan nasabah pada bank syariah Mandiri Cabang Ciputat | Kualitas pelayanan <i>frontliner</i> terdapat pengaruh positif yang signifikan dengan dimensi variabel <i>tangible</i> , <i>responsiveness</i> dan <i>emphaty</i> terhadap kepuasan nasabah |
| 4. | Eko Pebirilaksono (2018) | Pengaruh Kualitas Pelayanan Dengan Model CARTER Terhadap Kepuasan Anggota (Studi Kasus Pada BMT Muamalat Cabang Jatiyoso Kabupaten Karanganyar) | Kualitas pelayanan dengan model CARTER, variable <i>assurance</i> dan <i>responsiveness</i> terdapat pengaruh positif yang signifikan, sedangkan variable <i>compliance</i> , <i>reliability</i> , <i>tangible</i> , dan <i>emphaty</i> tidak terdapatnya pengaruh yang signifikan. |
| 5. | Kiki Nurul Fitriani (2018) | Pengaruh Kualitas Pelayanan Dengan Dimensi CARTER Di Perbankan Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Nasabah Tabungan Faedah BRI Syariah Kcp | Kualitas pelayanan dengan dimensi CARTER yaitu variable <i>compliance</i> , <i>assurance</i> , <i>tangible</i> , <i>emphaty</i> dan <i>responsiveness</i> terdapatnya pengaruh |

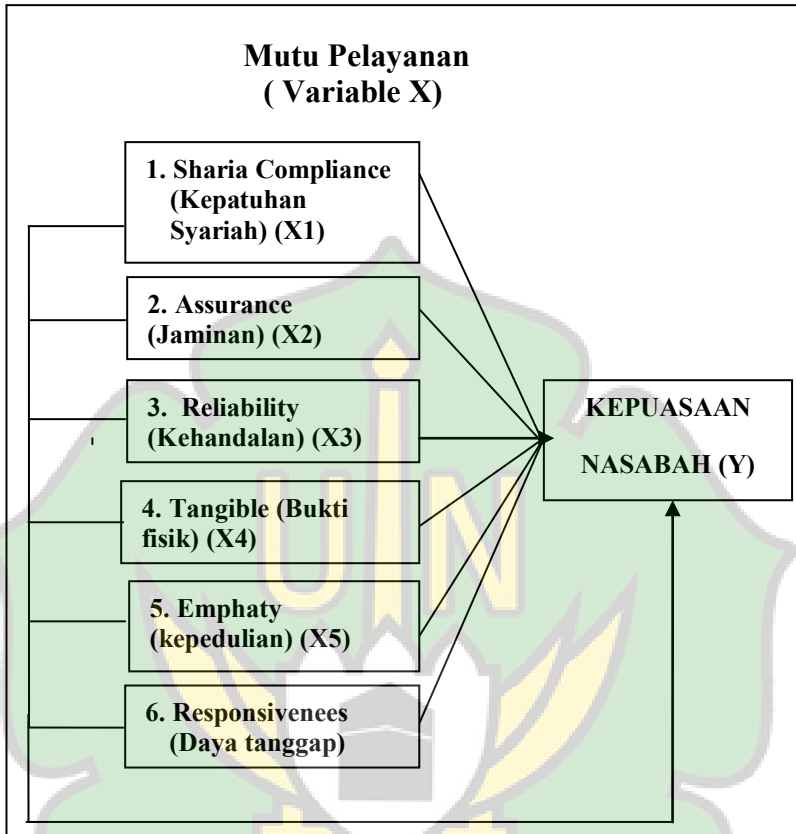
| | | | |
|--|--|---------------------|--|
| | | Majapahit Semarang) | positif yang signifikan, sedangkan variable reliability tidak adanya pengaruh yang signifikan. |
|--|--|---------------------|--|

Sumber: Penulis (2019)

2.8 Kerangka berpikir

Kerangka pemikiran teoritis adalah suatu gambaran tentang hubungan variabel dalam suatu penelitian yang diuraikan oleh jalan pikiran menurut kerangka yang logis. Adapun kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:





Sumber: Penulis 2019

Gambar 2.1
Bagan Kerangka Pemikiran

Keterangan:

Penelitian ini ingin mengetahui kinerja mutu pelayanan yang dirasakan nasabah Bank Syariah Mandiri Kcp Ulee Kareng dan pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah. Kinerja mutu pelayanan disini mempunyai enam indikator, yaitu *sharia compliance*, *assurance*, *reliability*, *tangibles*, *emphaty* dan *responsivenees*. Kemudian dari

enam indikator ini ingin diketahui pengaruhnya secara simultan terhadap kepuasan nasabah.

2.9 Pengembangan Hipotesis

Hipotesis berasal dari kata Hypo dan Thesis. Hypo berarti kurang dari, sedangkan thesis berarti pendapat. Jadi hipotesis ialah suatu pendapat atau kesimpulan yang sifatnya sementara serta suatu pendapat atau kesimpulan yang sifatnya sementara serta masih bisa mengalami perubahan (Buangin, 2005). Menurut Santoso (2010) hipotesis merupakan jawaban sementara dari persoalan yang dihadapi yang kebenarannya masih lemah dan bersifat dugaan. Namun demikian, meskipun keadaan hipotesis adalah kesimpulan terkaan, terkaan tersebut harus didasarkan pada acuan, yakni teori dan fakta ilmiah.

Untuk melakukan pengujian hipotesis, maka ada beberapa ketentuan yang perlu diperhatikan yaitu merumuskan:

Hipotesis I

Berlandaskan dari penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Fuad Bayu Irawan (2013), adanya hipotesis yaitu variable sharia compliance berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hasil dari penelitian yang telah dilakukan membuktikan bahwa variable sharia compliance berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan nasabah pada bank umum di kabupaten banyumas. berlandaskan dari penelitian ini peneliti menetapkan hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

H₁: Terdapat pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Mandiri Kcp Ulee Kareng Banda Aceh.

Hipotesis II

Berlandaskan dari penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Eko Pebrilaksono (2018), adanya hipotesis yaitu variable assurance berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hasil dari penelitian yang telah dilakukan membuktikan bahwa variable assurance berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan nasabah pada bmt muamalat cabang jatiyoso kabupaten karanganyar. berlandaskan dari penelitian ini peneliti menetapkan hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

H₂: Terdapat pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Mandiri Kcp Ulee Kareng Banda Aceh.

Hipotesis III

Berlandaskan dari penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Sabinus Theo S.A.S (2015), adanya hipotesis yaitu variable reliability berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hasil dari penelitian yang telah dilakukan membuktikan bahwa variable reliability berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan nasabah pada pt. bank rakyat indonesia syariah abdul Muis. Berlandaskan dari penelitian ini peneliti menetapkan hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

H₃: Terdapat pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Mandiri Kcp Ulee Kareng Banda Aceh.

Hipotesis IV

Berlandaskan dari penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Iis Suryani (2016), adanya hipotesis yaitu variable tangible berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hasil dari penelitian yang telah dilakukan membuktikan bahwa variable tangible berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan nasabah pada bank syariah mandiri cabang ciputat. Berlandaskan dari penelitian ini peneliti menetapkan hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

H₄: Terdapat pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Mandiri Kcp Ulee Kareng.

Hipotesis V

Berlandaskan dari penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Iis Suryani (2016), adanya hipotesis yaitu variable empathy berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hasil dari penelitian yang telah dilakukan membuktikan bahwa variable empathy berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan nasabah pada bank syariah mandiri cabang ciputat. Berlandaskan dari penelitian ini peneliti menetapkan hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

H₅: Terdapat pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Mandiri Kcp Ulee Kareng.

Hipotesis VI

Berlandaskan dari penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Kiki Nurul Fitriani (2018), adanya hipotesis yaitu variable responsiveness berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hasil dari

penelitian yang telah dilakukan membuktikan bahwa variable responsiveness berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan nasabah pada nasabah tabungan faedah bri syariah kcp majapahit semarang. berlandaskan dari penelitian ini peneliti menetapkan hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

H₆: Terdapat pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Mandiri Kcp Ulee Kareng.

Hipotesis VII

Berlandaskan dari penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Fuad Bayu Irawan (2013), adanya hipotesis yaitu variable sharia compliance, assurance, reliability, tangible, emphaty dan responsiveness berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hasil dari penelitian yang telah dilakukan membuktikan bahwa variable sharia compliance, assurance, reliability, tangible, emphaty, dan responsiveness berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan nasabah pada bank umum syariah di kabupaten banyumas. berlandaskan dari penelitian ini peneliti menetapkan hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

H₇: Terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Mandiri Kcp Ulee Kareng.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini, menjelaskan tentang metodologi penelitian yang didalamnya meliputi pendekatan penelitian yaitu maksudnya menjelaskan metode apa saja yang dipakai dalam penelitian ini, juga menjelaskan lokasi penelitian, menjelaskan populasi dan sampel yang ingin dipakai dan menggunakan rumus, menjelaskan teknik pengumpulan data, metode pengumpulan data, variabel penelitian, definisi operasional dan indikator variabel penelitian, uji instrumen, uji asumsi klasik, metode analisis data, uji regresi linear berganda, dan analisis koefisien korelasi, uji koefisien determinasi, uji F-test (simultan), dan uji T-test (parsial),.

3.1. Pendekatan penelitian

Pendekatan yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menekankan pada teori-teori melalui variabel-variabel penelitian angka dan melalui analisis data menggunakan permodalan matematis (Santoso, 2004: 35). Pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengukuran data yang pokok dan data dokumentasi (Penulis, 2019)

3.2. Lokasi penelitian

Penelitian yang akan dilakukan yakni di Bank Syariah Mandiri KCP Ulee Kareng Banda Aceh terletak di JL. Teuku Iskandar,

Lamglumpang, Kec. Ulee Kareng, kota Banda Aceh, 23127. Sebagai lokasi penelitian untuk memperoleh data dan keperluan lainnya.

3.3. Populasi dan Sampel

Populasi adalah sekumpulan orang atau objek yang memiliki kesamaan dalam satu atau beberapa hal yang membentuk masalah pokok dalam suatu penelitian. Populasi adalah keseluruhan dari unit analisis yang diperoleh berdasarkan ciri-ciri yang diduga dari sampel yang hendak digeneralisasikan atau dianalisis secara umum. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah yang melakukan setor tunai, pembuatan rekening baru dan pengajuan pembiayaan, populasi tersebut berjumlah 1.279 nasabah.

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik sampling yang digunakan adalah *accidental Sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu konsumen yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan dapat digunakan sebagai sampel apabila dipandang cocok sebagai sumber data. Dan penulis mengambil sampel dari populasi yang sudah didapatkan oleh rumus slovin yaitu sebanyak 93 responden yang terdiri dari para nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Ulee Kareng. Dari sampel yang sudah didapatkan akan diberikan angket (Sugiyono, 2009: 46). Untuk menentukan besarnya sampel digunakan rumus slovin sebagai berikut:

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

$$n = \frac{1.279}{1 + 1,279 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{1.279}{1 + 12,79}$$

$$n = \frac{1.279}{13,79} = 92,74 = 93 \text{ nasabah}$$

$$n = \frac{1.279}{13,79} = 92,74 = 93 \text{ nasabah}$$

$$n = \frac{1.279}{13,79} = 92,74 = 93 \text{ nasabah}$$

$$n = \frac{1.279}{13,79} = 92,74 = 93 \text{ nasabah}$$

Dimana:

N: jumlah populasi

n: jumlah sampel

e: tingkat presesi sebesar 10 %

Jadi jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 93 orang secara *accidental sampling*, yaitu setiap nasabah yang ditemui dijadikan sampel sampai mencapai 93 orang.

3.4 Data dan Teknik pengumpulan data

3.4.1 Jenis dan Sumber data

Untuk menganalisis suatu masalah diperlukan data atau informasi dan data dapat dibedakan antara lain berdasar cara memperolehnya, yaitu:

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh dan dikumpulkan secara langsung dari obyek yang diteliti (Sugiyono, 2009: 4). Dalam penelitian ini digunakan data primer yang diperoleh secara langsung dengan menggunakan teknik survey yaitu dengan cara mengedarkan kuesioner yang akan digunakan untuk mengukur konsep yang dipilih

pada nasabah. Data yang digali berupa data kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah dengan cara membagikan kuesioner kepada nasabah.

3.4.2 Metode pengumpulan data

Menurut Nazir (2011), Dalam pengumpulan bahan-bahan yang dibutuhkan dalam penyusunan skripsi ini dikumpulkan melalui dua metode yaitu:

a. Riset kepustakaan (*library research*)

Yaitu penelitian yang bersifat teoritis dengan melakukan studi literatur, mempelajari catatan-catatan dan bahan-bahan yang ada relevansinya dengan pengaruh pelayanan *frontliner* terhadap kepuasan nasabah.

b. Riset lapangan (*field research*)

Yaitu penelitian yang dikaitkan secara langsung terhadap Bank Syariah Mandiri Kcp Ulee kareng data yang diperoleh berupa data primer yang diperlukan dengan membagikan kuesioner kepada pihak yang berkepentingan dan hasilnya diolah serta dianalisis kemudian dibahas untuk mengambil keputusan.

Untuk mengumpulkan data lapangan yang diperlukan, digunakan teknik/metode, yaitu kuesioner. Melalui kuisisioner yaitu dengan mengajukan serangkaian pertanyaan yang dibuat dalam daftar pertanyaan penelitian, yang berkaitan tentang pengaruh pelayanan *customer service*, *teller* dan *security* terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Mandiri KCP Ulee kareng. Data penelitian yang menggunakan pertanyaan angket diberikan kepada responden untuk

membaca dan menjawab pertanyaan yang dikemukakan secara tertulis.

Dari jawaban tersebut diharapkan dapat diketahui reaksi dan pendapat mereka secara langsung sehingga dapat memudahkan penulis dalam menganalisis apa yang menjadi topik dalam penelitian ini. Teknik angket dalam penelitian ini digunakan kepada nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Ulee Kareng untuk mempermudah menggali data yang berkenaan pelayanan customer service dengan kepuasan nasabah pada Bank Syariah Mandiri KCP Ulee Kareng

Pertanyaan yang dirancang untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen yang dirasakan mengenai pelayanan *customer service* mencapai lima (5) item. Pengukuran variabel dilakukan dengan menggunakan skala lima alternatif pilihan (*skala likert*) (Djaali dan Muljono 2008:78).

Variabel pelayanan *frontliner* dan variabel kepuasan diberikan penilaian adalah:

Tabel 3.1
Skala Likert

| No | Jawaban | Skor atau Nilai |
|----|---------------------|-----------------|
| 1. | Sangat setuju | 5 |
| 2. | Setuju | 4 |
| 3. | Netral | 3 |
| 4. | Tidak setuju | 2 |
| 5. | Sangat tidak setuju | 1 |

Sumber: Muhammad 2013

Muhammad (2013), alasan digunakan *skala likert* karena memiliki beberapa kebaikan dibandingkan tipe yang lain yaitu selain *relative mudah*, menurut Lisita dan Green, *skala likert* juga tercermin dalam keragaman skor (*variability of score*) sebagai akibat penggunaan skala antara 1 sampai dengan 5. Dimensi pelayanan *customer service*, *teller* dan *security* kepuasan nasabah tercermin mengekspresikan tingkat pendapat mereka dalam pelayanan yang mereka terima, lebih mendekati kenyataan yang sebenarnya

3.5 Variabel penelitian dan Operasional Variabel

3.5.1 Variabel penelitian

Variabel yang diukur dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel bebas (independen) penelitian ini adalah pelayanan frontliner (variabel X) yang terdiri dari X^1 = kepatuhan syariah, X^2 = Jaminan, X^3 = keandalan, X^4 = bukti fisik, X^5 = kepedulian, X^6 = daya tanggap.
2. Variabel terkait (dependen) dalam penelitian ini adalah kepuasan nasabah (variabel Y) Bank Syariah Mandiri Cabang Ulee Kareng.

3.5.2 Definisi Operasional dan Indikator Variabel Penelitian

Tabel 3.2
Definisi Operasional dan Indikator Penelitian

| Variabel | Definnisi opsional | Indikator | Sumber |
|---|--|---|----------------------------|
| Sharia compliance (kepatuhan syariah) (X_1) | Upaya meningkatkan pelayanan <i>frontliner</i> yaitu perusahaan bank syariah harus menjalankan prinsip-prinsip islam | 1. BSM yang menerapkan prinsip tolong-menolong 2. BSM yang menerapkan tabungan bebas bunga | Kiki Nurul Fitriani (2018) |

| | | | |
|--|--|--|----------------------------|
| | dalam operasionalnya yang diterapkan dalam bentuk-bentuk akad pada berbagai produk-produk perbankan syariah. | <ol style="list-style-type: none"> 3. Produk tabungan bebas dari hal-hal yang tidak jelas dan meragukan (gharar) 4. Produk tabungan bebas dari kegiatan spekulasi/dugaan yang tidak berdasarkan pada kenyataan, untung-untungan (maysir) | |
| Jaminan (assurance) (X ₂) | Upaya meningkatkan pelayanan <i>frontliner</i> yaitu perusahaan harus memperhatikan beberapa hal diantaranya yaitu pengetahuan petugas <i>frontliner</i> perilaku, dan perhatian petugas kepada nasabah. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Karyawan <i>frontliner</i> memiliki pengetahuan tentang produk-produk 2. Bank melakukan transaksi sesuai keinginan nasabah 2. Bank menjamin keamanan dana nasabah 4. Bank menjamin kerahasiaan data nasabah | Kiki Nurul Fitriani (2018) |
| Kehandalan (reability) (X ₃) | Upaya meningkatkan pelayanan <i>frontliner</i> yaitu perusahaan harus memperhatikan beberapa hal diantaranya yaitu procedure pelayanan yang tidak panjang dan tidak rumit, kepercayaan nasabah | <ol style="list-style-type: none"> 1. Bank menyediakan produk dan layanan yang luas 2. Karyawan melayani nasabah sesuai dengan yang dijanjikan 3. <i>Customer service</i> memberikan informasi dengan jelas 4. <i>Teller</i> mampu melakukan transaksi secara akurat 5. BSM selalu buka tepat pada waktunya. 6. Karyawan <i>frontliner</i> dapat menyelesaikan masalah nasabah | Kiki Nurul Fitriani (2018) |
| Tangible (bukti fisik) (X ₄) | Upaya meningkatkan pelayanan <i>frontliner</i> yaitu perusahaan harus memperhatikan beberapa hal diantaranya yaitu biaya | <ol style="list-style-type: none"> 1. Lokasi bank strategis atau mudah dijangkau 2. Tampilan kantor menarik 3. Penampilan | Kiki Nurul Fitriani (2018) |

| | | | |
|--|---|---|-----------------------------------|
| | <p>pelayanan, fasilitas kantor, kebersihan, sikap dan penampilan petugas</p> | <p>karyawan <i>Frontliner</i> rapi dan menarik</p> <p>4. Bank menyediakan fasilitas mesin teknologi yang memadai (ac, mesin antrian digital, mesin penghitung uang, telepon dan mesin ATM)</p> | |
| <p>Emphaty (kepedulian) (X₅)</p> | <p>Upaya meningkatkan pelayanan <i>frontliner</i> yaitu perusahaan harus memperhatikan beberapa hal diantaranya yaitu memahami kebutuhan nasabah, turut merasakan apa yang dikeluhkan nasabah dan pertanggung jawaban petugas atas transaksi yang dilakukan.</p> | <p>1.karyawan <i>frontliner</i> memberikan layanan tanpa membedakan status ekonomi</p> <p>2.Karyawan <i>frontliner</i> selalu melayani nasabah dengan penuh rasa rasa kekeluargaan</p> <p>3. Nasabah diperhatikan dengan baik oleh karyawan bank</p> <p>4. Kayawan dapat menjadi penasehat dalam setiap keluhan nasabah terkait pelayanan</p> | <p>Kiki Nurul Fitriani (2018)</p> |
| <p>Ressponsive ness (daya tanggap) (X₆)</p> | <p>Upaya meningkatkan pelayanan <i>frontliner</i> yaitu perusahaan harus memperhatikan beberapa hal diantaranya yaitu waktu penyelesaian masalah nasabah dengan petugas <i>frontliner</i> dan hubungan emosional secara langsung antara petugas bank dengan nasabah</p> | <p>1. Karayawan <i>frontliner</i> tanggap dan selalu dalam posisi siap untuk melayani nasabah</p> <p>2. BSM selalu buka tepat pada waktunya</p> <p>3. Karyawan <i>frontliner</i> cepat dalam mennggapi permintaan nasabah</p> <p>4. Telepon kantor BSM KCP Ulee Kareng mudah dihubungi</p> | <p>Kiki Nurul Fitriani (2018)</p> |
| <p>Kepuasan Nasabah (Y)</p> | <p>Upaya memberikan kepuasan kepada nasabah dengan</p> | <p>1. Saya merasa puas dengan sistem syariah yng dijalankan BSM</p> | <p>Kiki Nurul Fitriani</p> |

| | | | |
|--|---|---|---------------|
| | <p>memberikan pelayanan yang sesuai seperti memperhatikan produk, harga, pelayanan, factor emosional, kemudahan untuk mendapatkan produk atau jasa.</p> | <p>KCP Ulee Kareng 2. Saya merasa puas menggunakan produk tabungan yang ada di BSM KCP Ulee Kareng 3. Saya merasa puas dengan fasilitas yang disediakan BSM kcp Ulee Kareng 4. Saya merasa puas dengan kemudahan dalam setiap transaksi di BSM kcp Ulee Kareng</p> | <p>(2018)</p> |
|--|---|---|---------------|

3.6 Uji instrumen

3.6.1. Uji Validitas

Uji validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang diukur. Jika seorang peneliti mengukur kuesioner dalam pengumpulan data, maka kuesioner yang akan disusunnya harus dapat mengukur apa yang diukurinya. Sementara itu, jenis validitas pengukuran dalam penelitian ini terkait dengan validitas kontruksi, yaitu terarah pada pertanyaan mengenai apa yang sebenarnya diukur oleh pengukur yang ada. Pada uji instrument ini peneliti menggunakan *software SPSS 23.0 for windows release*.

3.6.2. Uji Reliabilitas Alpha

Uji reliabilitas adalah pengujian yang dapat menunjukkan sejauh mana alat ukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Jika suatu alat ukur dipakai untuk mengukur segala yang sama dan hasil pengukuran yang boleh relatif konstan, maka alat pengukuran tersebut dikatakan

reliable atau dapat diandalkan. Pada uji instrumen ini peneliti menggunakan *reliability analysis* dengan *cronbach alpha* dan menggunakan *software SPSS 23.0 for windows release*.

3.7 Uji Asumsi Klasik

Pengujian terhadap asumsi-asumsi regresi linier bertujuan untuk menghindari munculnya bias dalam analisis data serta untuk menghindari kesalahan spesifikasi (*misspecification*) model regresi yang digunakan.

3.7.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah variabel residual atau pengganggu dalam model regresi berdistribusi secara normal (Ghazali, 2012).

3.7.2 Uji Multikolonieritas

Uji Multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independen*). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal (variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol). Variabel ortogonal merupakan variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolonieritas di dalam model regresi adalah sebagai berikut:

1. Nilai R^2 yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi empiris sangat tinggi, tetapi secara individual variabel-variabel

Independen banyak yang tidak signifikan mempengaruhi variabel dependen.

2. Menganalisis matrik korelasi variabel-variabel independen. Jika antar variabel independen ada korelasi yang cukup tinggi, makahal ini merupakan indikasi adanya multikolonieritas. Tidak adanya korelasi yang tinggi antar variabel independen tidak berarti bebas dari multikolonieritas. Multikolonieritas dapat disebabkan karena adanya efek kombinasi dua atau lebih varibel independen.
3. Multikolonieritas dapat juga dilihat dari (1) nilai tolerance dan lawanya (2) variance inflation factor (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen lainnya. Jadi nilai tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF = 1/Tolerance$). Nilai cut off yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai tolerance < 0.10 atau sama dengan nilai VIF > 10 .

3.7.3. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas menunjukkan bahwa varians variabel tidak sama untuk semua pengamatan/observasi. Jika varians residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap maka disebut homokedastisitas. Model regresi yang baik adalah terjadi homokedastisitas dalam model, atau dengan perkataan lain tidak terjadi heteroskedastisitas. Cara untuk mendeteksi problem heteroskedastisitas pada model regresi diantaranya yaitu dengan melakukan uji glejser yaitu dengan mentransformasi nilai residual

menjadi absolut residual dan meregresnya dengan variabel independen dalam model. Jika diperoleh nilai signifikansi untuk variabel independen $> 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat problem heteroskedastisitas.

3.8 Metode Analisis Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini metode skala. Menurut azhar (2005), mendefinisikan skala sebagai daftar pernyataan yang akan mengungkapkan performansi yang menjadi karakter tipikal pada subjek yang diteliti, yang akan dimunculkan dalam bentuk respon-respon terhadap situasi yang dihadapi. Skala yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada model *skala likert*. Menyatakan bahwa model *skala likert* adalah metode perskala pernyataan individu yang menggunakan distribusi respon sebagai dasar penentu nilai skornya. Dalam penelitian skala yang digunakan dalam pengumpulan data adalah skala pelayanan/jasa dari *frontliner*/petugas bank. Pada skala tersebut terdapat 5 (lima) kategori jawaban dan masing-masing kategori itu memiliki nilai-nilai tertentu.

Setelah dilakukan perhitungan atas hasil kuesioner pengolahan data kuantitatif yang didapat mengenai pelayanan *frontliner* (kepatuhan syariah, jaminan, kehandalan, berwujud, perhatian individu, dan daya tanggap) dan kepuasan nasabah, digunakan pengujian analisis regresi linear berganda dengan menggunakan *software SPSS 23.0 for windows release*. Software yang digunakan untuk mengolah variabel analisa yang diperoleh melalui kuesioner.

3.8.1 Uji Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda dimaksudkan untuk mengetahui untuk mengetahui pengaruh variable independen dengan variabel dependen. Adapun yang ada diantara variabel persamaan umum regresi linear berganda adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + \dots + b_nX_n$$

Keterangan:

Y = variabel dependen (kepuasan nasabah)

A = konstanta

b_1 = koefisiensi regresi variabel kepatuhan syariah

b_2 = koefisiensi regresi variabel jaminan

b_3 = koefisiensi regresi variabel kehandalan

b_4 = koefisiensi regresi variabel berwujud

b_5 = koefisiensi regresi variabel kepedulian

b_6 = koefisiensi regresi variabel ketanggapan

3.8.2 Uji koefisiensi determinasi

Uji koefisiensi determinasi bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen menjelaskan variabel dependen. Dalam output SPSS, koefisiensi determinasi terletak pada tabel model *summary* dan tertulis adjusted R square. Namun untuk regresi berganda sebaiknya menggunakan R square yang telah disesuaikan (Adjusted R square), karena disesuaikan dengan jumlah variabel independen yang digunakan dalam penelitian.

Nilai R square dikatakan baik jika diatas 0,5 karena nilai R square berkisar antara 0 sampai 1. Pada umumnya sampel dengan data deret

waktu (time series) memiliki R square maupun Adjusted R square dikatakan cukup tinggi dengan nilai diatas 0,5.

3.9 Pengujian Hipotesis

3.9.1 Uji F-test (simultan)

Uji simultan dengan F ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara bersama-sama yaitu jika nilai prob $F \geq$ nilai kritis (0,10), maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel independen secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Jika nilai prob $F \leq$ nilai kritis (0,10), maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

3.9.2 Uji T-test (parsial)

T-test ini bertujuan untuk mengetahui besarnya masing-masing variabel independen secara individual independen secara individual (parsial) terhadap variabel dependen, yaitu jika nilai prob $t \geq$ nilai kritis (0,10), maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel independen secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Jika nilai prob $t \leq$ nilai kritis (0,10), maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel independen secara parsial berpengaruh positif terhadap variable dependen.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.1 Sejarah Bank Syariah Mandiri

BSM lahir sejak tahun 1999, BSM ini lahir merupakan hikmah sekaligus berkah sesudah terjadinya krisis ekonomi dan moneter yang melanda Indonesia pada tahun 1997-1998. Sebagaimana diketahui, krisis ekonomi dan moneter sejak Juli 1997, yang disusul dengan krisis multi-dimensi termasuk di panggung politik nasional, telah menimbulkan beragam dampak negatif yang sangat hebat terhadap seluruh sendi kehidupan masyarakat, tidak terkecuali dunia usaha. Dalam kondisi tersebut, industri perbankan nasional yang didominasi oleh bank-bank konvensional mengalami krisis luar biasa. Pemerintah akhirnya mengambil tindakan dengan merestrukturisasi dan merekapitalisasi sebagian bank-bank di Indonesia.

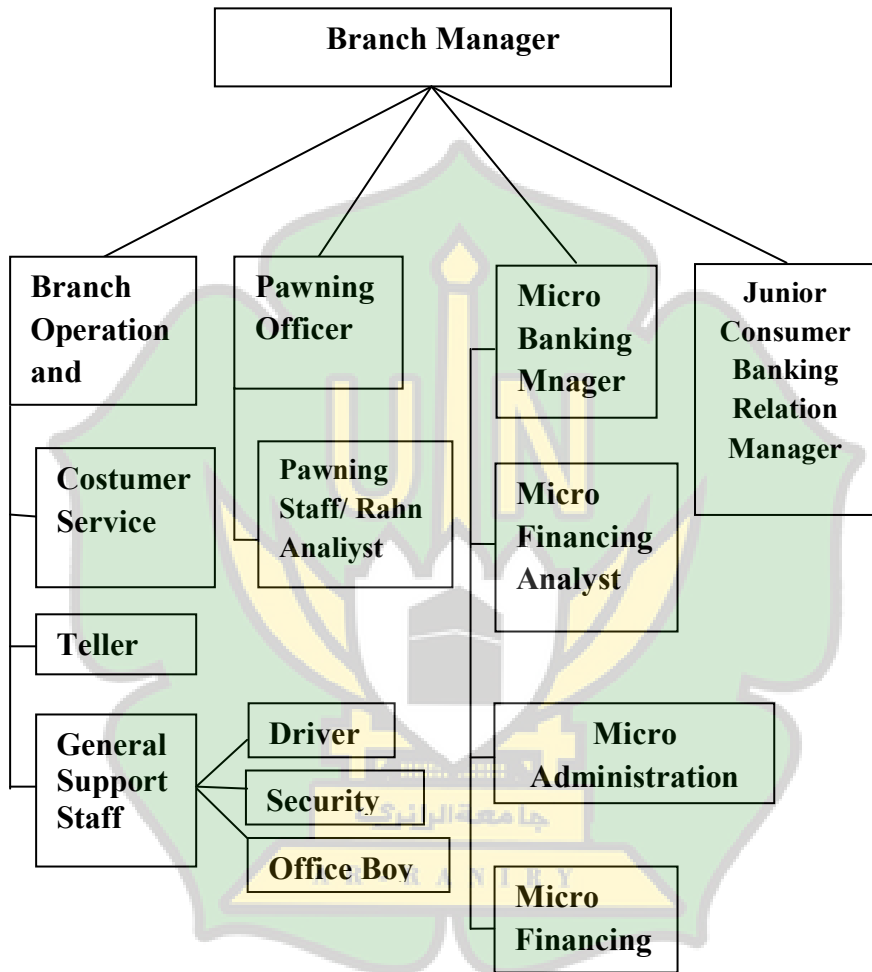
pemerintah melakukan penggabungan (merger) empat bank (Bank Dagang Negara, Bank Bumi Daya, Bank Exim, dan Bapindo) menjadi satu bank baru bernama PT Bank Mandiri (Persero) pada tanggal 31 Juli 1999. Kebijakan penggabungan tersebut juga menempatkan dan menetapkan PT Bank Mandiri (Persero) Tbk. sebagai pemilik mayoritas baru BSB. Sehingga kegiatan usaha BSB berubah dari bank konvensional menjadi bank yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah dengan nama PT Bank Syariah Mandiri sebagaimana tercantum dalam Akta Notaris: Sutjipto, SH, No. 23 tanggal 8 September 1999. Perubahan kegiatan usaha BSB menjadi

bank umum syariah dikukuhkan oleh Gubernur Bank Indonesia melalui SK Gubernur BI No. 1/24/ KEP.BI/1999, 25 Oktober 1999. Selanjutnya, melalui Surat Keputusan Deputi Gubernur Senior Bank Indonesia No. 1/1/KEP.DGS/ 1999, BI menyetujui perubahan nama menjadi PT Bank Syariah Mandiri.

PT Bank Syariah Mandiri secara resmi mulai beroperasi sejak Senin tanggal 25 Rajab 1420 H atau tanggal 1 November 1999. PT Bank Syariah Mandiri hadir dan tumbuh sebagai bank yang mampu memadukan idealisme usaha dengan nilai-nilai rohani, yang melandasi kegiatan operasionalnya. Harmoni antara idealisme usaha dan nilai-nilai rohani inilah yang menjadi salah satu keunggulan Bank Syariah Mandiri dalam kiprahnya di perbankan Indonesia. Per Desember 2017 BSM memiliki 737 kantor layanan diseluruh Indonesia, dengan akses lebih dari 196.000 jaringan ATM (www.banksyariahmandiri.com).

PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Ulee Kareng merupakan salah satu cabang di Aceh, yang beralamatkan di JL.T. Iskandar No. 333 A-B, Lam Glumpang. Bank ini menjalankan operasionalnya harus sesuai dengan prinsip yang sangat kental diaceh, yaitu berprinsip syariah Islam dengan berpedoman dari Al-Quran dan Hadist, khususnya yang berkenaan dengan tata cara bermuamalah secara syariah islam, dan juga mengikuti jejak-jejak praktik bermuamalah pada zaman Rasulullah SAW.

4.1.3 Struktur Organisasi PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Ulee Kareng



Sumber: Data diolah penulis, 2019

Gambar 4.1
Struktur Organisasi BSM KCP Ulee Kareng

4.1.4 Produk dan Layanan Bank Syariah Mandiri

Produk/Jasa BSM dapat dikategorikan menjadi 3 (tiga) produk/jasa sebagai berikut (Bank Syariah Mandiri, 2017):

4.1.4.1 Produk Penghimpun Dana

1. Tabungan BSM

Tabungan dalam mata uang rupiah dengan akad mudharabah mutlaqah yang penarikannya sesuai syarat tertentu yang disepakati.

2. BSM Tabungan Berencana

Tabungan berjangka dengan nisbah bagi hasil berjenjang dan kepastian bagi penabung maupun ahli waris untuk memperoleh dananya sesuai target waktu dan dengan perlindungan asuransi gratis.

3. BSM Tabungan Simpatik

Tabungan dalam mata uang rupiah berdasarkan prinsip wadiah, yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat berdasarkan syarat-syarat tertentu yang disepakati.

4. BSM Tabungan Mabru

Tabungan untuk membantu masyarakat untuk merencanakan ibadah haji & umrah.

5. BSM Tabungan Mabru Junior

Tabungan untuk membantu masyarakat untuk merencanakan ibadah haji & umrah untuk anak.

6. BSM Tabungan Dollar

Tabungan dalam mata uang Dollar yang penarikannya dan setorannya dapat dilakukan setiap saat atau sesuai ketentuan dengan menggunakan slip penarikan.

7. BSM Tabungan Investa Cendekia (TIC)

Tabungan berjangka yang diperuntukkan bagi masyarakat dalam melakukan perencanaan keuangan, khususnya pendidikan bagi putra/putri

8. BSM Tabungan Perusahaan

Tabungan yang hanya berfungsi untuk menampung kelebihan dana rekening giro yang dimiliki institusi/perusahaan berbadan hukum dengan menggunakan fasilitas autosave.

9. BSM Tabungan Kurban

Tabungan dalam mata uang rupiah untuk membantu nasabah dalam merencanakan ibadah kurban dan aqiqah.

10. BSM Tabungan Pensiun

Tabungan dalam mata uang rupiah hasil kerjasama BSM dengan PT Taspen yang diperuntukkan bagi pensiun pegawai negeri Indonesia

11. BSM Tabunganku

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

12. BSM Deposito

Produk investasi berjangka yang penarikannya hanya dapat dilakukan setelah jangka waktu tertentu sesuai kesepakatan.

13. BSM Deposito Valas

Produk investasi berjangka panjang yang penarikannya hanya dapat dilakukan setelah jangka waktu tertentu sesuai kesepakatan dalam bentuk valuta asing

14. BSM Giro

Produk simpanan yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro, atau alat perintah bayar lainnya dengan prinsip *wadiah yad adh-dhamanah*.

15. BSM Giro Valas

Simpanan dalam mata uang dollar amerika yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan prinsip *wadiah yad adh-dhamanah*

16. BSM Giro Singapore Dollar

Simpanan dalam matauang dollar Singapore yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan prinsip *wadiah yad adh-dhamanah*

17. BSM Giro Euro

Simpanan dalam mata uang euro yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengn prinsip *wadiah adh-dhamanah*

18. BSM Simpanan Pelajar iB.

Tabungan untuk siswa yang diterbitkan secara nasional oleh bank-bank diindonesia, dengan persyaratan mudah dan sederhana

serta fitur yang menarik dalam rangka edukasi dan inklusi keuangan untuk mendorong budaya menabung sejak dini.

19. Sukuk Negara Retail

Bank syariah mandiri sebagai Agen penjual dipasar perdana, menawarkan produk surat berharga syariah Negara (SBSN) yang bersifat Retail. Sukuk Negara Retail adalah surat berharga syariah Negara (Sukuk Negara) yang dijual kepada individu atau perserongan warga Negara Indonesia melalui agen penjual dipasar perdana dalam negeri. Penunjukan bank syariah mandiri sebagai agen penjual sukuk Negara retail ditetapkan oleh pemerintah. Produk sukuk Negara retail yang ditawarkan oleh bank syariah mandiri SR 001-SR 010.

20. Reksadana

Bank syariah mandiri telah terdaftar sebagai agen penjual efek reksadana (APERD). Berdasarkan surat tanda terdaftar nomor: 25/BL/STTD/APERD/2007 dari badan pengawas pasar modal dan lembaga keuangan tanggal 24 april 2007. Reksadana adalah wadah yang dipergunakan untuk menghimpun dana dari masyarakat pemodal untuk selanjutnya di investasikan dalam portofolio efek oleh manajer investasi. Berdasarkan undang-undang no.8 tahun 1995 tentang pasar modal, reksadana dapat berbentuk perseroan tertutup atau terbuka dan kontrak investasi kolektif. Bentuk hukum reksadana yang di pasarkan melalui bank syariah mandiri adalah kontrak investasi kolektif.

21. Tabungan Saham Syariah

Tabungan saham syariah adalah rekening dana nasabah berupa produk tabungan yang khusus digunakan untuk keperluan penyelesaian transaksi efek (baik berupa kewajiban maupun hak nasabah), serta untuk menerima hak nasabah yang terkait dengan efek yang dimilikinya melalui pemegang rekening KSEI

4.1.4.2 Produk Pembiayaan

Adapun produk pembiayaan yang terdapat pada PT. Bank Syariah Mandiri antara lain (Bank Syariah Mandiri, 2017)

1. BSM Pembiayaan Mudharabah

Pembiayaan atas seluruh modal kerja yang dibutuhkan nasabah ditanggung oleh bank. keuntungan yang diperoleh dibagi sesuai dengan nisbah yang disepakati.

2. BSM Pembiayaan Musyrakah

Pembiayaan khusus untuk modal kerja, yaitu dana dari bank merupakan bagian dari modal usaha nasabah dan keuntungan dibagi sesuai dengan nisbah yang disepakati.

3. BSM pembiayaan Murabahah

Pembiayaan berdasarkan akad jual beli antara bank dan nasabah. Bank membeli barang yang dibutuhkan dan menjualnya kepada nasabah sebesar harga pokok ditambah dengan margin keuntungan yang disepakati. Dapat dipergunakan untuk keperluan usaha (investasi, modal kerja) dan pembiayaan konsumen.

4. BSM Pembiayaan Istishna

Pembiayaan pengadaan barang dengan skema Istishna adalah pembiayaan jangka pendek, menengah, dan panjang yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan pengadaan barang (obyek istishna), dimana masa angsuran melebihi periode pengadaan barang (*goodsin process fi*) dan bank mengakui pendapatan yang menjadi haknya pada periode angsuran, baik pada saat pengadaan berdasarkan persentase penyerahan barang, maupun setelah barang selesai dikerjakan.

5. Pembiayaan dengan skema IMBT (Ijarah Muntahiyah Bittamliik) pembiayaan Ijarah Muntahiyah Bittamliik adalah fasilitas pembiayaan dengan skema sewa atas suatu obyek sewa antara bank dan nasabah dalam periode yang ditentukan yang diakhiri dengan kepemilikan barang ditangan nasabah.

6. PKPA

Pembiayaan kepada koperasi karyawan untuk para anggota (PKPA) adalah penyaluran pembiayaan kepada koperasi karyawan untuk pemenuhan kebutuhan customer para anggotanya (kolektif) yang mengajukan pembiayaan kepada koperasi karyawan.

7. BSM Implan

Pembiayaan customer dalam valuta rupiah yang diberikan oleh bank kepada karyawan tetap perusahaan/anggota kopkar yang pengajuannya dilakukan secara missal (kolektif).

8. BSM Pembiayaan Griya.

BSM pembiayaan griya adalah pembiayaan jangka pendek, menengah, atau panjang untuk membiayai pembelian rumah tinggal

(konsumer), baik baru maupun bekas, dilingkungan developer dengan sistem murabahah.

9. BSM Pembiayaan Pemilik Rumah Sejahtera Syariah Tapak.

Pembiayaan BSM pemilikan rumah sejahtera syariah tapak adalah pembiayaan berdasarkan prinsip dengan dukungan fasilitas likuiditas pembiayaan perumahan (FLPP) yang pengelolaannya dilaksanakan oleh kementerian perumahan rakyat yang diterbitkan oleh bank pelaksana yang beroperasi secara operasional secara syariah kepada masyarakat berpenghasilan rendah dalam rangka pemilikan rumah sejahtera syariah tapak yang dibeli dari orang perseorangan dan / atau badan hukum.

10. BSM Pembiayaan Griya PUMB-KB

Pembiayaan Griya BSM Pinjaman uang muka perumahan kerjasama bank (PuMP-KB) adalah pembiayaan dengan dukungan pendanaan yang diberikan BPJS ketenagakerjaan kepada BSM untuk pemilikan atau pembelian rumah kepada peserta BPJS ketenagakerjaan.

11. BSM Optima Pembiayaan Pemilikan Rumah

Pembiayaan Griya BSM Optima adalah pembiayaan pemilikan rumah dengan tambahan benefit berupa adanya fasilitas pembiayaan tambahan yang dapat diambil nasabah pada waktu tertentu sepanjang coverage atas agunannya masih dapat meng-cover total pembiayaannya dan dengan memperhitungkan debit to service ratio nasabah.

12. BSM Pensiun

Pembiayaan BSM Pensiun adalah pembiayaan yang diberikan kepada para pensiunan atau pegawai yang ≤ 6 bulan lagi akan pensiun (pra pensiun) atau janda pensiun dan telah menerima SK pensiun.

13. BSM Alat Kedokteran

Pembiayaan BSM alat kedokteran adalah pembiayaan untuk pembelian barang modal atau penunjang kerja dibidang kedokteran.

14. BSM Oto

Pembiayaan untuk pembelian kendaraan bermotor berupa mobil baru dan bekas berdasarkan prinsip syariah

15. BSM Eduka

Pembiayaan BSM eduka adalah pembiayaan untuk memenuhi kebutuhan biaya pendidikan.

16. Pembiayaan Dana Berputar

Fasilitas pembiayaan modal kerja dengan prinsip musyarakah yang penarikan dananya dapat dilakukan sewaktu-waktu berdasarkan kebutuhan rill nasabah.

17. Pembiayaan Umrah

Pembiayaan jangka pendek yang digunakan untuk memfasilitasi kebutuhan biaya perjalanan umroh, seperti untuk tiket, akomodasi, dan persiapan biaya umroh lainnya dengan akad *ijarah*.

18. Pembiayaan dengan Agunan Investasi Terikat Syariah Mandiri

Pembiayaan dengan agunan berupa dana investasi (cash collateral) yaitu pemilik dana (investor) memberikan batasan kepada Bank mengenai tempat, cara, dan objek investasinya.

19. BSM pembiayaan Warung Mikro

Pembiayaan jangka pendek yang digunakan untuk memfasilitasi kebutuhan usaha dan multiguna dengan maksimal pembiayaan sampai dengan RP 100 juta dengan akad murabahah dan ijarah.

20. Gadai Emas BSM

Pembiayaan yang menggunakan akad qardh dengan jaminan berupa emas yang diikat dengan akad rahn, dimana emas yang diagunkan disimpan dan dipelihara oleh bank selama jangka waktu tertentu dengan membayar biaya pemeliharaan atas emas sebagai objek rahn yang diikat dengan akad *ijarah*.

21. Cicil Emas BSM

Pembiayaan kepemilikan emas dengan menggunakan akad mudharabah.

4.1.4.4 Produk Pelayanan Jasa

Adapun produk layanan yang terdapat pada PT. Bank Syariah Mandiri antara lain. (Bank Syariah Mandiri, 2017):

1. BSM Card

Merupakan sarana untuk melakukan transaksi penarikan, pembayaran, dan pemindah bukuan dana pada ATM BSM, ATM Mandiri, ATM Bersama, ATM Prima maupun ATM MEPS (Malaysia). Selain itu juga berfungsi sebagai kartu debit yang dapat

digunakan untuk transaksi belanja di merchant-merchant yang menggunakan EDC Bank Mandiri atau Prima Debit (BCA).

2. BSM ATM

Mesin Anjungan Tuan Mandiri yang dimiliki oleh BSM, BSM ATM dapat digunakan oleh nasabah BSM, nasabah bank anggota prima, nasabah bank anggota ATM Bersama, dan nasabah Bancard (Malaysia).

3. BSM *Call* 14040

Layanan perbankan melalui telepon dengan nomor akses 14040 atau 021 2953 4040, yang dapat digunakan oleh nasabah untuk mendapatkan informasi terkait layanan perbankan.

4. BSM *Mobile Banking*.

Merupakan produk layanan perbankan yang berbasis teknologi sms telepon selular (ponsel) yang memberikan kemudahan untuk melakukan berbagai transaksi perbankan dimana saja, kapan saja.

5. BSM *Mobile Banking* Multiplatform

Merupakan saluran distribusi yang dimiliki oleh BSM untuk mengakses teknologi GPRS/EDGE/3G/BIS dan WIFI melalui *smartphone*.

6. BSM *Net Banking*

Merupakan fasilitas layanan bank yang dapat digunakan nasabah untuk melakukan transaksi perbankan (ditentukan bank) melalui jaringn internet menggunakan computer/*smartphone*

7. BSM Notifikasi

Layanan untuk memberikan informasi segera dari setiap mutasi transaksi nasabah sesuai dengan jenis transaksi yang didaftarkan oleh nasabah yang dikirimkan melalui media SMS atau *email*.

8. MBP (*Multi Bank Payment*)

Merupakan layanan untuk mempermudah pembayaran kepada institusi (lembaga pendidikan, asuransi, lembaga khusus, lembaga keuangan non-bank) melalui menu pemindah bukuan di ATM bank manapun.

9. BPI (BSM Pembayaran Institusi)

Merupakan layanan pembayaran yang terhubung ke institusi secara *real time on line*.

10. BSM *Host to Host*

Merupakan bentuk kerjasama BSM dengan BPR/BPRS yang memungkinkan nasabah BPR/BPRS untuk mempunyai kartu ATM yang dapat digunakan di ATM BSM, ATM BM, ATM Bersama, dan ATM Prima.

11. BSM *E-Money*

Merupakan kartu prabayar berbasis *smart card* yang diterbitkan oleh Bank Mandiri bekerjasama dengan BSM.

12. Transfers D.U.I.T

Jasa pengiriman uang dari luar negeri ke semua bank dan kantor Pos di Indonesia secara cepat dan mudah.

13. Transfers Valas

Layanan transfers valuta asing (valas) antar rekening bank di Indonesia atau luar negeri dalam 130 mata uang.

14. Watern Union

Jasa pengiriman uang domestic atau antar-negara dengan jaringan outlet yang luas dan tersebar diseluruh dunia.

15. Fer Nusantara

Jasa pengiriman uang antar-daerah didalam negeri (domestik) ke seluruh pelosok nusantara secara cepat dan mudah

16. Multibiller

Merupakan layanan penerimaan pembayaran tghian jasa layanan nya melalui chanel BSM Net.

17. Pengembangan Fitur-Fitur E-Channel

Dalam upaya memberikan pelayanan terbaik kepada nasabah, BSM konsisten dalam pengembangan teknologi menggunakan E-Channel. Fitur-fitur yang telah dikembngkan antara lain:

- a. BSM Token adalah kode rahasia berupa *One Time Password* (OTP) via SMS yang digunakan untuk melakukn otoritas transaksi nasabah dalam bertransaksi di BSM Net Banking.

18. Layanan Zakat

Merupakan layanan yang memberikan kemudahan bagi nasabah untuk melakukan penyaluran zakat berbasis aplikasi (Bank Syariah Mandiri, 2017).

4.2 Deksripsi Data Penelitian dan Karakteristik Responden

4.2.1 Deksripsi Data Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pelayanan *frontliner* terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri

Cabang Ulee Kareng. Responden dalam penelitian ini yaitu nasabah yang menabung pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Ulee Kareng, yang berjumlah 1.279 orang dan sampel yang diambil sebanyak 93 nasabah. Teknik pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling* yaitu pengambilan sampel yang dilakukan terhadap nasabah yang dijumpai peneliti pada saat pengambilan data berlangsung.

Penyebaran kuesioner dibagikan secara langsung oleh peneliti pada setiap responden yang dijumpai pada saat jam kerja, yang dilakukan kurang lebih selama 1 bulan, mulai dari tanggal 20 oktober s/d 18 November 2019.

42.2 Karakteristik Responden

Karakteristik responden yang diperoleh dari hasil pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner yang disebarkan kepada nasabah PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Ulee Kareng sebanyak 93 orang yaitu sebagai berikut:

a. Jenis Kelamin

Adapun data mengenai jenis kelamin nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Ulee Kareng yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.1.
Jenis Kelamin Responden

| Jenis Kelamin | Frequency | Percent |
|---------------|-----------|---------|
| Laki-laki | 29 | 31,2 |
| Perempuan | 64 | 68,8 |
| Total | 93 | 100,0 |

Sumber: Data olahan penulis, 2019

Berdasarkan keterangan table 4.1 dapat diketahui tentang jenis kelamin responden nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Ulee

Kareng yang menunjukkan jumlah responden perempuan lebih banyak yaitu 64 orang atau 68,8%, sedangkan sisanya adalah responden laki-laki yaitu sebanyak 29 orang atau 31,2%. Hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah PT. Bank Syariah Mandiri KCP Ule Kareng yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah perempuan.

a. Usia

Berdasarkan data penelitian yang diperoleh tentang usia responden dapat dilihat pada table berikut ini:

Tabel 4.2.
Usia Responden

| Usia | Frequency | Percent |
|-------|-----------|---------|
| <20 | 4 | 4,4 |
| 20-29 | 27 | 29,0 |
| 30-39 | 41 | 44,0 |
| 40-49 | 12 | 12,9 |
| >50 | 9 | 9,7 |
| Total | 93 | 100,0 |

Sumber: Data olahan penulis, 2019

Berdasarkan keterangan table 4.2 diatas, dapat diketahui bahwa jumlah responden yang berusia <20 tahun sebanyak 4 orang atau 4,3%, kemudian untuk responden yang berusia 20-29 tahun berjumlah 27 orang atau 29,0%, selanjutnya untuk responden yang berusia 30-39 tahun berjumlah 41 tahun atau 44,0%, untuk responden yang berusia 40-49 tahun berjumlah 12 orang atau 12,9%, sedangkan untuk responden yang berusia 50 tahun keatas hanya berjumlah 9 orang atau 9,7%. Hal tersebut menunjukkan bahwa usia responden dalam penelitian ini lebih didominasi oleh usia 20-29 tahun.

b. Pendidikan terakhir

Berdasarkan data penelitian yang diperoleh tentang pendidikan terakhir responden dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.3.

Pendidikan Terakhir

| Pendidikan Terakhir | Frequency | Percent |
|----------------------------|------------------|----------------|
| SMA | 24 | 32,3 |
| DIPLOMA 1-3 | 13 | 14,0 |
| SRATA 1 | 42 | 45,2 |
| SRATA 2-3 | 12 | 6,5 |
| Total | 93 | 100,0 |

Sumber: Data olahan penulis, 2019

Berdasarkan keterangan tabel 4.3 diatas, diketahui bahwa responden dalam penelitian ini yang memiliki pendidikan terakhirnya strata-1 sebanyak 42 orang atau, selanjutnya kemudian tamatan SMA sebanyak 30 orang atau, kemudian diploma 1-4 sebanyak 13 orang atau, dan kemudian untuk strata 2-3 yaitu 6 orang atau serta sisanya sebanyak 2 orang yaitu tamatan SD-SMP.

c. Pekerjaan

Berdasarkan data penelitian yang diperoleh tentang pekerjaan responden dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.4.

Pekerjaan Responden

| Pekerjaan | Frequency | Percent |
|---------------------|------------------|----------------|
| Pelajar/Mahasiswa | 5 | 5,4 |
| Pegawai Negeri | 19 | 20,4 |
| Pegawai Swasta | 15 | 16,1 |
| Wiraswast/Pengusaha | 38 | 40,8 |
| Pensiunan | 6 | 6,5 |
| IRT | 10 | 10,8 |
| Total | 93 | 100,0 |

Sumber: Data olahan penulis, 2019

Berdasarkan keterangan tabel 4.4, dapat diketahui bahwa pekerjaan responden dalam penelitian ini yang bekerja sebagai pelajar/mahasiswa yaitu sebanyak 18 orng atau 19,4%, kemudian pegawai negeri yaitu sebanyak 10 orang atau 10,8%, pegawai swasta yaitu sebanyak 15 orang atau 16,1%, wiraswasta/pengusaha yaitu sebanyak 34 orang atau 36,6%, pensiunan yaitu sebanyak 6 orang atau 6,5% dan untuk IRT yaitu sebanyak 10 orang atau 10,8%.

d. Lama menjadi Nasabah

Berdasarkan data penelitian yang diperoleh tentang lama menjadi nasabah responden dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.5.
Lama Menjadi Nasabah

| Lama Menjadi Nasabah | Frequency | Percent |
|-----------------------------|------------------|----------------|
| 1-2 Tahun | 39 | 47,3 |
| 3-4 Tahun | 25 | 21,5 |
| >5 Tahun | 29 | 31,2 |
| Total | 93 | 100,0 |

Sumber: Data olahan penulis, 2019

Berdasarkan keterangan tabel 4.5 dapat diketahui bahwa lama menjadi nasabah menabung dalam penelitian ini selama 1-2 tahun sebanyak 44 orang atau 47,3%, kemudian 3-4 tahun sebanyak 20 orang atau 21,5%, >5 tahun sebanyak 29 orang atau 31,2%.

4.3 Instrumen Penelitian

Untuk menguji instrument penelitian maka penulis menggunakan bantuan SPSS statistik 23. Berikut hasil pengujiannya, yaitu:

4.3.1 Uji validitas

Uji Validitas sebaiknya dilakukan pada setiap butir pertanyaan dan di uji validitasnya. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan taraf signifikan 5% dengan uji dua arah. Untuk *Degree of freedom* (df) = n-2. Dalam penelitian ini besarnya r hitung dengan tingkat signifikan 10% untuk jumlah responden yang berjumlah 93 orang maka *Degree of freedom* (df) = 93 – 2 = 91 adalah sebesar 0,1716. Dengan kriteria pengujian dengan taraf signifikan 0,05 adalah sebagai berikut:

1. Jika r-hitung \geq r-tabel (dengan sig. 0,05), maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).
2. Jika r-hitung $<$ r-tabel (dengan sig. 0,05), maka instrumen atau item-item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

Didapat dari kuesioner sebanyak 93 responden Bank Syariah Mandiri KCP Ulee Kareng. Hasil olah data uji validitas adalah sebagai berikut:

Tabel 4.6.
Hasil Uji Validitas

| Variable | Pertanyaan | r-hitung | r-tabel | Keterangan |
|-------------------|------------|----------|---------|------------|
| Sharia compliance | C1 | 0,792 | 0,1716 | Valid |
| | C2 | 0,851 | 0,1716 | Valid |
| | C3 | 0,859 | 0,1716 | Valid |
| | C4 | 0,777 | 0,1716 | Valid |
| Assurance | A1 | 0,610 | 0,1716 | Valid |
| | A2 | 0,688 | 0,1716 | Valid |

| | | | | |
|-------------------------|------------|-------|--------|--------------|
| | A3 | 0,740 | 0,1716 | Valid |
| | A4 | 0,668 | 0,1716 | Valid |
| Reability | R1 | 0,735 | 0,1716 | Valid |
| | R2 | 0,752 | 0,1716 | Valid |
| | R3 | 0,747 | 0,1716 | Valid |
| | R4 | 0,752 | 0,1716 | Valid |
| | R5 | 0,653 | 0,1716 | Valid |
| | R6 | 0,754 | 0,1716 | Valid |
| Tangible | T1 | 0,744 | 0,1716 | Valid |
| | T2 | 0,791 | 0,1716 | Valid |
| | T3 | 0,795 | 0,1716 | Valid |
| | T4 | 0,810 | 0,1716 | Valid |
| Emphaty | E1 | 0,814 | 0,1716 | Valid |
| | E2 | 0,738 | 0,1716 | Valid |
| | E3 | 0,831 | 0,1716 | Valid |
| | E4 | 0,747 | 0,1716 | Valid |
| Responsiveness | RE1 | 0,715 | 0,1716 | Valid |
| | RE2 | 0,785 | 0,1716 | Valid |
| | RE3 | 0,768 | 0,1716 | Valid |
| | RE4 | 0,752 | 0,1716 | Valid |
| Kepuasan Nasabah | Y1 | 0,758 | 0,1716 | Valid |
| | Y2 | 0,698 | 0,1716 | Valid |
| | Y3 | 0,747 | 0,1716 | Valid |
| | Y4 | 0,695 | 0,1716 | Valid |

Sumber: Data primer olahan SPSS versi 23, 2019

Berdasarkan tabel 4.6 di atas, dapat dilihat bahwa dari variable compliance, assurance, reliability, tangibles, emphaty, responsiveness dan kepuasan. Nilai r-hitung lebih besar dari nilai r-tabel sehingga pada taraf signifikansi 0,05 dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan adalah valid

4.3.2 Uji Reabilitas

Uji reliabilitas menunjukkan akurasi, ketepatan dan konsistensi kuesioner dalam mengukur variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau indikator-indikator konstruk yang telah melalui

pengujian validitas, dan menguji reliabilitas yaitu dengan menggunakan uji statistik Cronbach Alpha. Suatu konstruk atau variabel dinyatakan reliabel jika menghasilkan nilai Cronbach Alpha (α) (ghazali, 2012). Kriteria penilaian uji reabilitas yang digunakan tersebut yaitu:

- a. Jika hasil koefisien alpha lebih besar dari 0,60 maka kuesioner tersebut dinyatakan reliable.
- b. Jika hasil koefisien alpha lebih kecil dari 0,60 maka kuesioner tersebut dinyatakan tidak reliabel.

Tabel 4.7.
Hasil Uji Reliabilitas

| Variable | Cronbach's Alpha | N Of Items | Keterangan |
|-------------------|------------------|------------|------------|
| Sharia Compliance | 0,840 | 4 | Reliable |
| Assurance | 0,614 | 4 | Reliable |
| Reliability | 0,831 | 4 | Reliable |
| Tangible | 0,792 | 4 | Reliable |
| Emphaty | 0,790 | 4 | Reliable |
| Responsiveness | 0,754 | 4 | Reliable |
| Kepuasan Nasabah | 0,790 | 4 | Reliable |

Sumber: Data primer olahan SPSS versi 23, 2019

Hasil uji reliabilitas pada Tabel 4.7 di atas variabel Kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah bertransaksi memiliki *cronbach's alpha* if item deleted lebih besar dari *Cronbach's Alpha* = 0,60. Sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator dari variabel tersebut seluruhnya reliabel kuat.

4.4 Analisis Statistik Deskriptif

Penelitian ini akan dilihat hasil dari analisis deskriptif yang meliputi nilai minimum, maximum, rata-rata, dan standar deviasi

dengan menggunakan bantuan SPSS versi 23. Dalam penelitian ini terdapat dua variable yang terdiri dari dependen dan independen. Variabel dependen dalam penelitian ini terdiri dari: pertama, *sharia compliance* yang diukur melalui 4 pertanyaan/ Pernyataan. Kedua, *assurance* yang diukur melalui 4 pertanyaan/ Pernyataan. Ketiga, *reliability* yang diukur melalui 6 pertanyaan/ Pernyataan. Keempat, *tangible* yang diukur melalui 4 pertanyaan/ Pernyataan. Kelima, *emphaty* yang diukur melalui 4 pertanyaan/ Pernyataan. Keenam, *responsiveness* yang diukur melalui 4 pertanyaan/ Pernyataan. Berikut ini merupakan tabel analisis statistik deskriptif.

Tabel 4.8.
Hasil Analisis Statistik Deskriptif
Descriptive Statistics

| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
|--------------------|----|---------|---------|-------|----------------|
| SHARIA COMPLIANCE | 93 | 13 | 20 | 17.27 | 2.101 |
| ASSURANCE | 93 | 13 | 20 | 16.99 | 1.931 |
| RELIABILITY | 93 | 20 | 30 | 26.34 | 2.375 |
| TANGIBLE | 93 | 12 | 20 | 16.44 | 1.997 |
| EMPHATY | 93 | 11 | 20 | 16.66 | 2.024 |
| RESPONSIVENESS | 93 | 12 | 20 | 16.45 | 2.088 |
| KEPUASAN NASABAH | 93 | 13 | 20 | 16.37 | 2.020 |
| Valid N (listwise) | 93 | | | | |

Sumber: Data primer olahan SPSS versi 23

Berdasarkan tabel 4.8 diatas, diketahui bahwa terdapat jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 93 orang. Dari komponen yang

pertama yaitu *sharia compliance* memiliki nilai hitung skala 1-5, dan setelah dijumlahkan dari 4 item pertanyaan nilai minimum 13 dan maksimum 20. Rata-rata komponen *sharia compliance* adalah 17,27 ($17,27/4 \text{ item} = 4,3175$), nilai sebesar 4,3175 ini menunjukkan para responden rata-rata setuju bahwa seorang nasabah dianggap kepuasannya akan meningkat ketika nasabah tersebut memperoleh pelayanan yang bermutu yaitu *sharia compliance*. Sedangkan standar deviasi pada *sharia compliance* adalah 2,101.

Komponen yang kedua yaitu *assurance* memiliki nilai hitung skala 1-5, dan setelah dijumlahkan dari 4 item pertanyaan nilai minimum 13 dan maksimum 20. Rata-rata komponen *assurance* adalah 16,99 ($16,99/4 \text{ item} = 4,2475$), nilai sebesar 4,2475 ini menunjukkan para responden rata-rata setuju bahwa seorang nasabah dianggap kepuasannya akan meningkat ketika nasabah tersebut memperoleh pelayanan yang bermutu yaitu *assurance*. Sedangkan standar deviasi pada *assurance* adalah 1,931.

Komponen yang ketiga yaitu *reliability* memiliki nilai hitung skala 1-5, dan setelah dijumlahkan dari 6 item pertanyaan nilai minimum 20 dan maksimum 30. Rata-rata komponen *reliability* adalah 26,34 ($26,34/6 \text{ item} = 4,39$), nilai sebesar 4,39 ini menunjukkan para responden rata-rata setuju bahwa seorang nasabah dianggap kepuasannya akan meningkat ketika nasabah tersebut memperoleh pelayanan yang bermutu yaitu *reliability*. Sedangkan standar deviasi pada *reliability* adalah 2,375.

Komponen yang keempat yaitu *tangible* memiliki nilai hitung skala 1-5, dan setelah dijumlahkan dari 4 item pertanyaan nilai minimum 12 dan maksimum 20. Rata-rata komponen *tangible* adalah 16,44 ($16,44/4 \text{ item} = 4,11$), nilai sebesar 4,11 ini menunjukkan para responden rata-rata setuju bahwa seorang nasabah dianggap kepuasannya akan meningkat ketika nasabah tersebut memperoleh pelayanan yang bermutu yaitu *tangible*. Sedangkan standar deviasi pada *tangible* adalah 1,997.

Komponen yang kelima yaitu *emphaty* memiliki nilai hitung skala 1-5, dan setelah dijumlahkan dari 4 item pertanyaan nilai minimum 11 dan maksimum 20. Rata-rata komponen *emphaty* adalah 16,66 ($16,66/4 \text{ item} = 4,165$), nilai sebesar 4,165 ini menunjukkan para responden rata-rata setuju bahwa seorang nasabah dianggap kepuasannya akan meningkat ketika nasabah tersebut memperoleh pelayanan yang bermutu yaitu *emphaty*. Sedangkan standar deviasi pada *emphaty* adalah 2,024.

Komponen yang keenam yaitu *responsiveness* memiliki nilai hitung skala 1-5, dan setelah dijumlahkan dari 4 item pertanyaan nilai minimum 12 dan maksimum 20. Rata-rata komponen *responsiveness* adalah 16,45 ($16,45/4 \text{ item} = 4,1125$), nilai sebesar 4,1125 ini menunjukkan para responden rata-rata setuju bahwa seorang nasabah dianggap kepuasannya akan meningkat ketika nasabah tersebut memperoleh pelayanan yang bermutu yaitu *responsiveness*. Sedangkan standar deviasi pada *responsiveness* adalah 2,088.

4.5 Uji Asumsi Klasik

4.5.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui data empirik yang didapatkan dari lapangan sesuai dengan distribusi teoritik tertentu. Uji normalitas berguna untuk menentukan data yang telah dikumpulkan berdistribusi normal atau diambil dari populasi normal. Berdasarkan perhitungan, diperoleh hasil uji normalitas seperti tabel berikut ini.

Tabel 4.9.
Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

| | | Unstandardized Residual |
|----------------------------------|----------------|-------------------------|
| N | | 93 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | .0000000 |
| | Std. Deviation | 1.17773549 |
| Most Extreme Differences | Absolute | .049 |
| | Positive | .047 |
| | Negative | -.049 |
| Test Statistic | | .049 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | .200 ^{c,d} |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data primer olahan SPSS versi 23, 2019

Berdasarkan Tabel 4.9 di atas, diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0,200 lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang diuji berdistribusi normal.

4.5.2 Uji multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah di dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antara variable bebas (independen). Metode untuk menguji adanya multikolinearitas dapat dilihat pada Tolerance Value (TV) atau Varian Inflation Factor (VIF) yaitu:

- Jika $TV < 0.10$ atau $VIF > 10$, maka terjadi multikolinearitas.
- Jika $TV > 0.10$ atau $VIF < 10$, maka tidak terjadi multikonearitas.

Tabel 4.10.
Uji Multikolonieritas
Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | -9.132 | 2.276 | | -4.012 | .000 |
| SHARIA COMPLIANCE | .198 | .063 | .206 | 3.122 | .002 |
| ASSURANCE | .264 | .072 | .253 | 3.677 | .000 |
| RELIABILITY | .218 | .056 | .256 | 3.865 | .000 |
| TANGIBLE | .148 | .066 | .146 | 2.234 | .028 |
| EMPHATY | .202 | .081 | .202 | 2.478 | .015 |
| RESPONSIVENESS | .369 | .077 | .381 | 4.817 | .000 |

a. Dependent Variable: KEPUASAN NASABAH

| Model | Collinearity Statistics | |
|--------------|-------------------------|-----|
| | Tolerance | VIF |
| 1 (Constant) | | |

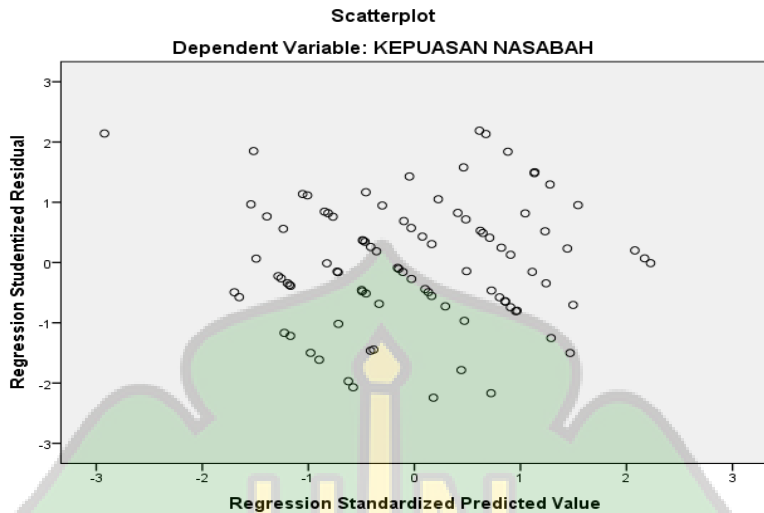
| | | |
|----------------|------|-------|
| SHARIA | | |
| COMPLIANCE | .921 | 1.085 |
| ASSURANCE | .846 | 1.182 |
| RELIABILITY | .913 | 1.096 |
| TANGIBLE | .932 | 1.073 |
| EMPHATY | .601 | 1.664 |
| RESPONSIVENESS | .638 | 1.567 |

Sumber: Data primer olahan SPSS versi 23, 2019

Berdasarkan tabel 4.10 hasil pengujian multikolonieritas diketahui nilai tolerance lebih besar dari 0,10 yang berarti variabel independen (*Compliance, Assurance, Reliability, Tangibles, Emphaty* dan *Responsiveness*) tidak terjadi multikolonieritas antar variabel independen. Hasil perhitungan VIF untuk variabel independen (*Compliance, Assurance, Reliability, Tangibles, Emphaty* dan *Responsiveness*) lebih kecil dari 10. Jadi dapat disimpulkan tidak ada multikolonieritas antar variabel independen dalam regresi.

4.5.3 Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residul satu pengamatan ke pengamatan yang lain (ghozali, 2011: 105). Gejala heterokedastisitas diuji dengan metode glejser dengan cara menyusun regresi antara nilai absolute residul dengan variable bebas. Apabila masing-masing variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap absolute residul ($\alpha=0,05$) maka dalam model regresi tidak terjadi gejala heterokedastisitas.



Sumber: Data primer olahan SPSS versi 23, 2019

Gambar 4.2 **Output Uji Heterokedastisitas**

Dalam grafik diatas, dapat dilihat bahwa data tersebar secara acak (random) dan tidak membuat suatu pola tertentu. Maka dapat disimpulkan dalam uji heterokedastisitas ini H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang artinya dalam model ini tidak terdapat masalah heterokedastisitas.

4.5 Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi linier berganda ini menggunakan teknik analisis regresi berganda. Analisis regresi berganda digunakan oleh peneliti apabila bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen, bila dua atau lebih variabel independen sebagai factor predictor (sugiyono, 2012: 275).

Tabel 4.11.
Analisis Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | -9.271 | 2.257 | | -4.108 | .000 |
| SHARIA COMPLIANCE | .199 | .063 | .207 | 3.158 | .002 |
| ASSURANCE | .261 | .072 | .250 | 3.649 | .000 |
| RELIABILITY | .220 | .056 | .259 | 3.944 | .000 |
| TANGIBLE | .160 | .065 | .159 | 2.453 | .016 |
| EMPHATY | .197 | .081 | .197 | 2.427 | .017 |
| RESPONSIVE NESS | .369 | .076 | .381 | 4.848 | .000 |

a. Dependent Variable: KEPUASAN NASABAH

Sumber: Data primer olahan SPSS versi 23, 2019

Berdasarkan tabel 4.11 diatas, persamaan regresi linier berganda dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Kepuasan Nasabah (Y)} = -9,271 + 0,199 (X_1) + 0,261 (X_2) + 0,220 (X_3) + 0,160 (X_4) + 0,197 (X_5) + 0,369 (X_6) + e$$

4.5.1 Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien Determinasi (R²) merupakan predikdi ke enam variable indenpenden terhadap variable dependen.

Tabel 4.12.
Hasil perhitungan Koefisien Determinasi (R²)

| Model Summary | | | | |
|---------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .813 ^a | .660 | .637 | 1.218 |

a. Predictors: (Constant), RESPONSIVENESS, TANGIBLE, RELIABILITY, SHARIA COMPLIANCE, ASSURANCE, EMPHATY
 Sumber: Data primer olahan SPSS versi 23, 2019

Berdasarkan tabel 4.12 diatas, diketahui nilai R square sebesar 0,660, hal tersebut mengandung arti bahwa pengaruh variable (X) *sharia compliance, assurance, reliability, tangible, empathy*, dan *responsiveness* secara simultan terhadap variable (Y) kepuasan nasabah adalah sebesar 66,0%.

4.6 Pengujian Hipotesis

4.6.1 Uji F (Uji Simultan)

Uji F digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel indenpenden atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama (simultan) dan memiliki pengaruh signifikan baik positif maupun negative terhadap variabel dependen. Hasil uji F dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.13.
Hasil Uji F

| ANOVA ^a | | | | | | |
|--------------------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 247.960 | 6 | 41.327 | 27.851 | .000 ^b |
| | Residual | 127.610 | 86 | 1.484 | | |
| | Total | 375.570 | 92 | | | |

a. Dependent Variable: KEPUASAN NASABAH

b. Predictors: (Constant), RESPONSIVENESS, TANGIBLE, RELIABILITY, SHARIA COMPLIANCE, ASSURANCE, EMPHATY

Sumber: Data primer olahan SPSS versi 23, 2019

Berdasarkan hasil perhitungan yang dilakukan, diperoleh nilai F hitung sebesar 27,851 dengan nilai signifikannya sebesar 0,000. Krena

nilai F hitung (27,851) lebih besar dari nilai F tabel (2,20), maka dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel independen yang meliputi *sharia compliance*, *assurance*, *reliability*, *tangible*, *emphaty*, dan *responsiveness* memiliki pengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah.

4.6.2 Uji-t (Uji parsial)

Uji t pada dasarnya bertujuan untuk mengetahui secara individual pengaruh satu variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui secara individual pengaruh variabel independen (*compliance*, *assurance*, *reliability*, *tangibles*, *emphaty* dan *responsiveness*) secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (kepuasan nasabah). Diketahui bahwa t tabel untuk $df = n-k$ yaitu $df = 93-7 = 86$ dengan signifikansi 5% adalah 1,662. Adapun hasil uji t adalah sebagai berikut:

Berdasarkan hasil perhitungan Uji t pada tabel 4.11 diatas, dapat disimpulkan bahwa hanya dua variabel independen yaitu *sharia compliance*, *assurance*, *reability*, *tangible*, *emphaty* dan *responsiveness* yang memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung yang lebih dari nilai t tabel (1,987). Adapun pengujian hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Sharia Compliance

Hipotesis pertama dalam penelitian ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *sharia compliance*

dan kepuasan nasabah. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, diperoleh nilai t hitung $>$ t tabel atau $3,158 > 1,987$, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama diterima

2. Assurance

Hipotesis kedua dalam penelitian ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *assurance* dan kepuasan nasabah. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, diperoleh nilai t hitung $>$ t tabel atau $3,649 > 1,987$, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua diterima

3. Reliabilty

Hipotesis ketiga dalam penelitian ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *reliability* dan kepuasan nasabah. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, diperoleh nilai t hitung $>$ t tabel atau $3,944 > 1,987$, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga diterima

4. Tangible

Hipotesis keempat dalam penelitian ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *assurance* dan kepuasan nasabah. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, diperoleh nilai t hitung $>$ t tabel atau $2,453 > 1,987$, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis keempat diterima

5. Emphaty

Hipotesis kelima dalam penelitian ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *emphaty* dan kepuasan nasabah. Berdasarkan hasil penelitian yang

dilakukan, diperoleh nilai t hitung $>$ t tabel atau $2,427 > 1,987$, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis kelima diterima

6. Responsiveness

Hipotesis keenam dalam penelitian ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *responsiveness* dan kepuasan nasabah. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, diperoleh nilai t hitung $>$ t tabel atau $4,848 > 1,987$, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis keenam diterima.

4.7 Pembahasan Hasil Penelitian

4.7.1 Pengaruh *sharia compliance* (kepatuhan Syariah) terhadap kepuasan nasabah.

Berdasarkan persamaan diatas, diketahui variable *sharia compliance* bernilai 0,199 yang berarti jika *sharia compliance* mengalami kenaikan 1 satuan akan menyebabkan kepuasan nasabah meningkat sebesar 0,199. Variabel *sharia compliance* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini sesuai dengan yang didapatkan langsung dari kuesioner yang telah dibagikan kepada nasabah yang menabung pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Ulee Kareng, kuesioner yang telah dibagikan didalamnya terdiri 30 indikator, masing-masing variabel mempunyai 4/6 indikator. Variabel *sharia compliance* mempunyai 4 indikator yaitu, indikator yang pertama yaitu BSM menerapkan prinsip tolong-menolong, indikator kedua yaitu BSM yang menerapkan tabungan bebas bunga, indikator ketiga yaitu produk tabungan bebas dari hal-hal yang tidak jelas dan meragukan (*gharar*), dan indikator keempat yaitu produk tabungan bebas dari kegiatan spekulasi/dugaan yang tidak berdasarkan pada

kenyataan, untung-untungan (*maysir*). Dengan indikator-indikator ini dapat kita ketahui adanya jawaban yang dapat memengaruhi kepuasan nasabah, yang membuat nasabah menjawab sangat setuju dan setuju dalam kusioner ini adalah indikator pertama dan kedua yang didalamnya bisa dirasakan langsung oleh nasabah dan juga sesuai dengan hukum Islam yang berlandaskan dari Al-Qur'an dan hadist, dengan menerapkan prinsip ini maka nasabah akan menilai positif terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh *frontliner*. Semakin baik penerapan *sharia compliance* (kepatuhan syariah) yang diterapkan bank, maka pelayanan yang diberikan untuk nasabah akan semakin baik dan membuat nasabah merasa sangat puas.

Sedangkan dari indikator yang ketiga dan keempat banyaknya nasabah yang menjawab setuju dan netral dikarenakan nasabah belum begitu mengetahui (*faham*) dengan kinerja yang diterapkan oleh bank tersebut apakah dana yang diterima oleh bank tersebut sudah terbebas dari hal-hal yang tidak jelas atau tidak. Dan juga tidak semua nasabah yang menabung melakukan investasi dan mendapatkan laba dari investasi tersebut dan juga nasabah belum mengerti bagaimana bank mengolah dana nasabah investasi, nasabah belum mengerti apakah bank tersebut untung atau rugi atau sebaliknya nasabah itu untung atau rugi, dan juga mereka belum mengerti dengan penerapan investasi ini, banyak yang beranggapan yang meletakkan uang pada bank tersebut hanya duduk santai atau tidak melakukan apapun.

Dari kusioner diatas dapat disimpulkan nasabah sebahagian ada yang tidak mengetahui kinerja-kinerja yang terdapat pada bank BSM,

tetapi banyak yang mengetahui. Dengan ini hasil variable *sharia compliance* adalah signifikan dengan jumlah 0,14 yang didapatkan melalui Uji T. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh, Fuad Bayu Irawan (2014), Kiki Nurul Fitriani (2018), Azmi Mustofa dan Yudi Siyamto (2015) dan Siti Amelia Aldila (2018) yang menyatakan bahwa variabel *sharia compliance* (kepatuhan syariah) berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.

4.7.2 Pengaruh *assurance* (jaminan) terhadap kepuasan nasabah.

Berdasarkan persamaan diatas, diketahui variable *assurance* bernilai 0,261 yang berarti jika *assurance* mengalami 1 satuan akan menyebabkan kepuasan nasabah meningkat 0,261. Variabel *assurance* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini tidak sejalan dengan H₀, yang menyatakan bahwa tidak ada pengaruh antara *assurance* dengan kepuasan nasabah. Dengan demikian H₀ ditolak dan menerima H₂, yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif antara *assurance* dengan kepuasan nasabah yaitu dengan adanya jawaban-jawaban yang terdapat pada kusioner yang didalamnya terdiri 30 indikator, masing-masing variabel mempunyai 4/6 indikator. Variabel *assurance* mempunyai 4 indikator yaitu, indikator pertama yaitu karyawan frontliner memiliki pengetahuan tentang produk-produk, indikator kedua yaitu bank melakukan transaksi sesuai keinginan nasabah, indikator ketiga bank menjamin keamanan dana nasabah, indikator keempat yaitu bank menjamin kerahasiaan data nasabah. Dengan indikator-indikator tersebut nasabah merasa sangat dihargai oleh pihak bank, disaat nasabah ingin

melakukan transaksi dan juga menabung nasabah akan merasa aman pada bank tersebut, dan juga nasabah akan terjamin dengan produk-produk yang dijelaskan oleh karyawan dikarenakan mereka tidak akan menjelaskan yang tidak diperlukan oleh nasabah, dan juga mereka memberikan yang produk terbaik untuk nasabahnya. Dan para karyawan PT. Bank Syariah Mandiri KCP Ulee Kareng akan menjamin kerahasiann data nasabahnya. Dan karena inilah nasabah banyak yang memilih sangat setuju dan setuju, dan sebahagian juga ada yang menjawab netral. *Assurance* sangat penting bagi bank, dikarenakan ini berkaitan dengan rasa was-wasnya seorang nasabah terhadap uang yang dititipkan oleh bank.

Indikator yang sangat mempengaruhi variabel ini adalah terdapat pada indikator pertama, ketiga dan keempat yaitu nasabah dibimbing mengambil produk apapun yang diinginkan nasabah, dan nasabah merasa sangat aman terhadap dana nasabah dan terjaga kerahasian data nasabah. Hasil sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Sabinus Theo (2016), Fery Surjowo (2016), dan Wiwik (2017) yang menyatakan bahwa variabel *assurance* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.

4.7.3 Pengaruh *reliability* (kehandalan) terhadap kepuasan nasabah.

Berdasarkan persamaan diatas, diketahui variable *reliability* bernilai 0,220 yang berarti jika *reliability* mengalami 1 satuan akan menyebabkan kepuasan nasabah meningkat 0,220. Variabel *reliability* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini tidak

sejalan dengan H₀, yang menyatakan bahwa tidak ada pengaruh antara *reliability* dengan kepuasan nasabah. Dengan demikian H₀ ditolak dan menerima H₃, yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif antara *reliability* dengan kepuasan nasabah yaitu dengan adanya jawaban-jawaban yang terdapat pada kusioner yang didalamnya terdiri 30 indikator, masing-masing variabel mempunyai 4/6 indikator. Variabel *reliability* mempunyai 6 indikator yaitu, indikator pertama yaitu bank menyediakan produk dan layanan yang luas, indikator kedua yaitu karyawan melayani nasabah sesuai dengan yang dijanjikan, indikator ketiga yaitu customer service memberikan informasi dengan jelas, indikator keempat yaitu teller mampu melakukan transaksi secara akurat, indikator kelima yaitu BSM selalu buka tepat pada waktunya, indikator keenam yaitu karyawan frontliner dapat menyelesaikan masalah nasabah.

Dari indikator-indikator tersebut terdapatnya nasabah yang memilih jawaban sangat setuju dan setuju, dikarenakan bank menyediakan produk dan layanan yang luas, dan juga karyawan melayani sesuai dengan yang dijanjikan seperti akan bunga nasabah tidak akan naik ketika dollar naik, dan juga ketika dana nasabah menabung mencapai target akan diberikan hadiah sesuai dengan dijanjikan, karyawan frontliner mampu memberikan informasi yang jelas, mampu menyelesaikan masalah yang terjadi terhadap nasabah dan juga dalam transaksi yang akurat tidak adanya terjadi kesalahan nominal, dengan bank yang selalu buka pada tepat waktunya membuat nasabah merasa sesuai dengan planningnya yang akan masuk kerja

ketika ke bank dahulu atau yang memerlukan bank dahulu pada jam kesibukannya.

Yang sangat mempengaruhi variabel ini adalah pada indikator kedua yang menyatakan karyawan melayani nasabah sesuai dengan yang dijanjikan. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Nidaan Khavia (2018), Ulul Azmi Mustofa dan Yudi Siyamto (2015) dan yang menyatakan bahwa pada penelitiannya variabel *reliability* (keandalan) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

4.7.4 Pengaruh *tangible* (bukti fisik) terhadap kepuasan nasabah.

Berdasarkan persamaan diatas, diketahui variable *tangible* bernilai 0,160 yang berarti jika *tangible* mengalami 1 satuan akan menyebabkan kepuasan nasabah meningkat 0,160. Variabel *tangible* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini tidak sejalan dengan H₀, yang menyatakan bahwa tidak ada pengaruh antara *tangible* dengan kepuasan nasabah. Dengan demikian H₀ ditolak dan menerima H₄, yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif antara *tangible* dengan kepuasan nasabah yaitu dengan adanya jawaban-jawaban yang terdapat pada kusioner yang didalamnya terdiri 30 indikator, masing-masing variabel mempunyai 4/6 indikator. Variabel *tangible* mempunyai 4 indikator yaitu, indikator pertama lokasi bank strategis atau mudah dijangkau, indikator kedua yaitu tampilan kantor yang menarik, indikator ketiga yaitu penampilan karyawan frontliner rapi dan menarik, indikator keempat yaitu bank

menyediakan fasilitas mesin teknologi yang memadai (ac, mesin antrian digital, mesin penghitung uang, telepon dan mesin ATM).

Dari indikator pertanyaan tersebut adanya nasabah sebahagian menjawab netral pada indikator keempat ini, yaitu penampilan karyawan rapi dan menarik, dan tampilan kantor yang menarik, namun banyak nasabah yang menjawab setuju dan sangat setuju dikarenakan letak BSM sangat strategis yang berada dilingkungan pasar dan memudahkan nasabah menarik atau menyetor dana, dan fasilitas nyaman bertambah dikarenakan adanya alat teknologi seperti ac, mesin antrian digital, mesin penghitung uang listrik dan mesin uang, telepon dan mesin ATM. Dengan fasilitas tambahan seperti ini lah dapat membuat nasabah nyaman walaupun tampilan kantor kurang menarik dan agak sempit.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Lusi Wulandari dan Retnowati WD Tuti (2011) yang menyatakan bahwa pada penelitiannya variabel *tangible* (bukti fisik) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah

4.7.5 Pengaruh *emphaty* (simpati) terhadap kepuasan nasabah

Berdasarkan persamaan diatas, diketahui variable *emphaty* berarti 0,197 yang berarti jika *emphaty* mengalami 1 satuan akan menyebabkan kepuasan nasabah meningkat 0,197. Variabel *emphaty* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini tidak sejalan dengan H₀, yang menyatakan bahwa tidak ada pengaruh antara *emphaty* dengan kepuasan nasabah. Dengan demikian H₀ ditolak dan menerima H₅, yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh

positif antara *emphaty* dengan kepuasan nasabah yaitu dengan adanya jawaban-jawaban yang terdapat pada kusioner yang didalamnya terdiri 30 indikator, masing-masing variabel mempunyai 4/6 indikator. Variabel *emphaty* mempunyai 4 indikator yaitu, indikator pertama karyawan frontliner memberikan layanan tanpa membedakan status ekonomi, indikator kedua yaitu karyawan frontliner selalu melayani nasabah dengan penuh rasa kekeluargaan, indikator ketiga yaitu nasabah diperhatikan dengan baik oleh karyawan bank, dan indikator keempat yaitu karyawan dapat menjadi penasehat dalam setiap keluhan nasabah terkait pelayanan.

Dari indikator pertanyaan tersebut terdapatnya nasabah yang menjawab sangat setuju dan setuju pada semua indikator, hal ini dapat di buktikan berdasarkan jawaban responden yang menyatakan karyawan memberikan pelayanan tanpa membedakan status ekonomi dan melayani dengan penuh rasa kekeluargaan, nasabah diperhatikan dengan baik oleh karyawan bank serta karyawan dapat menjadi penasehat dalam setiap keluhan nasabah terkait pelayanan. Namun sebahagian juga ada yang menjawab netral.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Fuad Bayu Irawan (2013), Astrini Kusharyanti, dan Sabinus Theo (2014) yang menyatakan bahwa variabel *emphaty* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.

4.7.6 Pengaruh *responsiveness* (daya tanggap) terhadap kepuasan nasabah.

Berdasarkan persamaan diatas, diketahui variable *responsiveness* bernilai 0,369 yang berarti jika *responsiveness* mengalami 1 satuan akan menyebabkan kepuasan nasabah meningkat 0,369. Variabel *responsiveness* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini tidak sejalan dengan H0, yang menyatakan bahwa tidak ada pengaruh antara *responsiveness* dengan kepuasan nasabah. Dengan demikian H0 ditolak dan menerima H6, yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif antara *responsiveness* dengan kepuasan nasabah yaitu dengan adanya jawaban-jawaban yang terdapat pada kusioner yang didalamnya terdiri 30 indikator, masing-masing variabel mempunyai 4/6 indikator. Variabel *emphaty* mempunyai 4 indikator yaitu, indikator pertama yaitu karyawan frontliner tanggap dan selalu dalam posisi siap untuk melayani nasabah, indikator kedua yaitu karyawan frontliner mampu memberikan solusi yang tepat kepada nasabah, indikator ketiga yaitu karyawan frontliner cepat dalam menanggapi permintaan nasabah, indikator keempat yaitu telepon kantor BSM KCP Ulee Kareng mudah dihubungi.

Dari indikator-indikator tersebut adanya nasabah yang menjawab sangat setuju dan setuju terhadap semua indikator, hal ini dapat di buktikan berdasarkan jawaban responden yang mayoritas menjawab setuju terhadap indikator *responsiveness* yang menyatakan karyawan tanggap dan selalu dalam posisi siap untuk melayani nasabah,

karyawan frontliner memberikan solusi yang tepat kepada nasabah, karyawan cepat dalam menanggapi permintaan nasabah dan telepon kantor Bank Syariah Mandiri KCP Ulee Kareng mudah dihubungi.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Iis Suryani (2014), dan Kiki Nurul Fitriani (2018) yang menyatakan bahwa variabel *responsiveness* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai pengaruh mutu pelayanan *frontliner* terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Ulee Kareng dengan sampel seluruh nasabah yang menabung pada bank tersebut. Pengujian hipotesis yang telah dilakukan menggunakan dimensi CARTER, maka secara garis besar dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil pengujian terhadap variabel *sharia compliance* menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah, hal ini dibuktikan bahwa kepuasan nasabah menjawab sangat setuju dan setuju. Nasabah memilih jawaban tersebut karena, kepuasan nasabah dipengaruhi oleh kepatuhan karyawan *frontliner* terhadap syariah. Kepatuhan syariah sangatlah penting bagi bank syariah yang berlandaskan AL-Qur'an dan hadist. Dengan menerapkan prinsip ini maka nasabah akan menilai positif terhadap kualitas pelayanan dan produk tabungan yang diberikan oleh Bank Syariah Mandiri KCP Ulee Kareng.
2. Berdasarkan hasil pengujian terhadap variabel *assurance* juga menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini juga dibuktikan dari banyaknya nasabah yang memilih setuju, hal tersebut dikarenakan

karyawan *frontliner* mampu meyakinkan nasabah dengan dananya yang ditabung akan aman, dan juga nasabah merasakan karyawan *frontliner* memberikan informasi-informasi produk dengan pengetahuan yang baik, dan para karyawan *frontliner* juga sopan dan satun dalam melayani nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Ulee Kareng.

3. Berdasarkan hasil pengujian terhadap variabel *reliability* menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah, dengan adanya bukti banyaknya nasabah yang memilih setuju dan sangat setuju, dikarenakan nasabah merasakan karyawan *frontliner* mampu menyelesaikan masalah dengan baik dan juga memberikan informasi yang jelas, dan juga BSM selalu buka tepat waktu. Oleh karenanya, dapat mempengaruhi baik buruknya pelayanan yang diberikan oleh Bank Syariah Mandiri KCP Ulee Kareng.
4. Berdasarkan hasil pengujian terhadap variabel *tangible* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah, Fasilitas fisik merupakan sarana yang dapat menunjang operasionalnya suatu perusahaan dalam mencapainya tujuan yang diinginkan. Dikarenakan fasilitas fisik adalah menunjang operasional sangat besar, BSM membuat nasabah merasa nyaman didalamnya dengan fasilitas yang diberikan seperti adanya alat teknologi yaitu ac, mesin penghitung uang, mesin antrian digital, telepon dan

mesin ATM dengan fasilitas didalam bank sudah sangat membuat nasabah puas.

5. Berdasarkan hasil pengujian terhadap variabel *emphaty* menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dapat dibuktikan dengan banyaknya nasabah memilih sangat setuju dan setuju. Kemampuan karyawan *frontliner* dalam melayani nasabah tidak membedakan status ekonomi dan menjadi pendengar dan memberikan nasehat yang baik. Hal ini dapat memberikan pandangan yang baik bagi bank tersebut.
6. Berdasarkan hasil pengujian terhadap variabel *responsiveness* menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dengan adanya variabel *responsiveness* nasabah sangat dihargai oleh karyawan *frontliner*, dikarenakan karyawan *frontliner* yang selalu dalam posisi siap untuk melayani nasabah, cepat tanggap dengan apa yang diinginkan nasabah dan bank tersebut buka tepat pada waktunya.
7. Berdasarkan hasil pengujian terhadap variabel *sharia compliance, assurance, reliability, tangible, emphaty* dan *responsiveness* menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap kepuasan nasabah. Model CARTER ini cukup baik untuk memprediksi kepuasan nasabah, hal itu dikarenakan terdapat pengaruh yang signifikan dari dimensi-dimensi CARTER secara

bersama-sama terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Ulee Kareng dan lulus dalam pengujian asumsi klasik.

5.2. Saran

Adapun saran peneliti berikan untuk penelitian ini

1. Secara umum pelaksanaan kualitas pelayanan yang dilakukan melalui Model CARTER pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Ulee Kreng Banda Aceh ini sudah baik, oleh karena itu perusahaan harus terus mempertahankannya. Namun ada beberapa indikator mutu pelayanan yang memerlukan peningkatan diantaranya dalam variabel sharia compliance yang masih kurang pemahamannya terhadap nasabah yang menabung, atau yang baru-baru membuka tabungan. Variable sharia compliance ini mendapat penilaian dari responden sebesar 0,14. Berdasarkan hal tersebut maka saran peniliti untuk meningkatkan variabel sharia compliance ini dengan cara, para karyawan dibank tersebut harus memberikan sosialisasi tentang tabungan yang tidak menggunakan bunga, tentang apakah uang yang berasal dari nasabah itu jelas atau tidaknya diterima oleh bank, dan tentang investasi syariah.
2. Pada indikator variabel tangible juga masih ada yang harus ditingkatkan, dikarenakan nasabah terkadang karyawannya kurang rapi dalam berpakaian dan juga tampilan kantor

kurang menarik, tetapi sudah baik dikarenakan fasilitas didalamnya membuat nasabah nyaman.

3. Bagi pihak perbankan yang terkait diharapkan dapat mempertahankan kepercayaan nasabah dan meningkatkan mutu pelayanan kepada nasabah, agar nasabah dapat memiliki loyalitas terhadap bank.
4. Penelitian hanya sebahagian kecil dari aktifitas perbankan yang ada, untuk itu bagi yang akan melakukan penelitian lanjutan atau yang berhubungan dengan penelitian ini hendaknya dapat mempertimbangkan hasil penelitian ini sehingga diharapkan dapat menjadi sumbangsih yang bermanfaat bagi kepentingan penelitian ilmiah selanjutnya.
5. Bagi peneliti selanjutnya agar dapat menambah variabel-variabel lain yang mempengaruhi kepuasan nasabah, misalnya mutu produk, mutu jasa dan lain-lain.

DAFTAR PUSTAKA

- A, Hamdani dan Rambat, Lupiyoadi. 2009. *manajemen pemasaran jasa*, Jakarta: Selemba Empat.
- Abdul Qawi Othman, Lynn Owen, 2001. "The Multi Dimensionality of CARTER Model to Measure Customer Service Quality (SQ) in Islamic Banking Industry (A Study in Kuwait Finance House)", *International Journal of Islamic Financial Service*, Vol. 3, No. 4.
- Al-Arif, R.M. 2010. *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Alfabeta
- Awaluddin, 2011. *Manajemen bank syariah*. Makassar Alaudin University Pres, hal 188
- Buangin, M, Burhan, 2005, Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi Ekonomi dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-ilmu Sosial lainnya. Jakarta: Kencana
- Daryanto dan Ismanto Setyabudi, *Konsumen dan Pelayanan Prima*, Yogyakarta: Penerbit Gava Media, Cet.ke-1, 2014, h.37
- Djaali dan Pudji M. 2008. *Pengukuran dalam Bidang Pendidikan*. Jakarta: Grasindo
- Ghazali, 2011, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2011) *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 19*. Cet.V. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handoko, T, Hani. 2008. *Manajemen Pemasaran*, Bandung: Angkasa
- Harun, Ridayanti, 2016. *Pengaruh Pelayanan Customer Service Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Bri Syariah Kcp Sungguminasa*, skripsi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar

- Hasibuan, Malayu, SP, 2005, *Dasar-dasar Perbankan*. Jakarta: PT. Bumi Aksara
- K, Yin, Robert, 2009, *Studi Kasus Masalah Ekonomi*. Jakarta: Elex Media Komputindo
- Kasmir, , 2010. *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Kasmir, 2008. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: Rajawali Pers
- Kasmir, 2011, *Etika Customer Service*. Jakarta: Raja Grafindo
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, diterjemahkan oleh Benyamin Molan, Jilid. 1, ed. 12, Jakarta: Indeks, 2009
- Kotler, Philip, 1997, *Manajemen Pemasaran: Analisa Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*, terjemahan Hendra Teguh Rusli. Jakarta: Prenhallindo
- Kotler, Philip, 2002, *Manajemen Pemasaran Edisi Millenium jilid 1 dan 2*. Jakarta: Prenhallindo
- Kotler, Philip. 1994. *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasidan Pengendalian*, Jakarta: Salemba Empat
- Latifah, Jauhar, dkk. 2014. “Analisis Sistem Antrian dalam Upaya Optimalisasi Pelayanan pada PT BRI (Persero) Tbk. Kantor Unit Pasar Kota Rangkas bitung “*E-Journal Management*. Volume 03 nomor 01. Diakses pada 11 Juli 2019 pada pukul 11:20 WIB.
- Lupiyouandi, Rambat, 2001, *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktik*. Jakarta: Salemba Empat.
- Muhammad, Dr. 2013. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

- Nasution, 2002. *Metode Research: penelitian ilmiah*, Jakarta: PT. Bumi Aksara
- Nasution, M.N, 2004, *Manajemen Jasa Terpadu*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Nazir, M, 2011. *Metedo penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Parasuraman. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: UI Press
- Santoso, Singgih. 2004. *Buku pelatihan SPSS statistik parametrik*, Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.hal 35.
- Siregar, Irawan, Asmi, , 2017. *Analisis Pengaruh Pelayanan Customer Service Terhadap tingkat Kepuasan Nasabah Pada Pt. Bank Sumut Cabang Padang Sidempuan*, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area Medan
- Sugiyono, 2009, *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfbeta
- Sujarwo, fery. 2016. *Pengaruh Pelayanan Teller Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Muamalat Salatiga*, skripsi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (Iain) Salatiga
- Sunarto, 2003, *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: AMUS
- Suryani, Iis. 2014. *Pengaruh Pelayanan Frontliner Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Ciputat*, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah
- Sutopo dan Suryanto, A. 2001. *Pelayanan Prima*. Jakarta: LAN.h. 31-32
- Theo, Sabinus. 2016. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Frontliner terhadap kepuasan nasabah bank (Studi pada PT. Bank Syariah Kantor Cabang Abdul Muis*, skripsi, Fakultas Syariah dan Hukum, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah
- Tjiptono, F, 2011. *Total Quality Manajement*. Jakarta: Rineka Cipta

- Tjiptono, Fandy. 2004. *Strategi pemasaran* Yogyakarta: C.V. Andi Offset
- Tjiptono, Fandy. Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian, Yogyakarta: Andi Offset, 2014.
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Service Management Mewujudkan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: C.V. Andi Offset
- Ulul, Azmi, Mustofa. Dan Siyamto, Yudi. 2015. “Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Umum Syariah Disurakarta”. *E-Journal Ilmu Ekonomi Islam*. volume 01, nomor 02. Diakses pada tanggal 18 Agustus 2019 pada pukul 14:20 WIB
- Wiwik, 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Frontliner (Customer Service, Teller, dan Security) Terhadap Kepuasan Nasabah Bertransaksi Diperbankan, skripsi*, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan
- Zuliani, Putri. 2017. “Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Frontliner dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Nasabah dengan Variabel Moderasi Kepuasan Nasabah pada Bank Jateng Syariah KCP Kudus”. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Universitas Islam Negeri Kalijaga. Yogyakarta.
- Website
<https://www.alinea.id/bisnis/berikut-perkembangan-bank-syariah-per-februari-b1Uxz9Zr> Diakses pada tanggal 25 Maret 2019

LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN FEBI UIN AR-RANIRY 2019

IDENTITAS RESPONDEN

PROFIL NASABAH PT. BANK SYARIAH MANDIRI KCP ULEE KARENG

Saya membutuhkan informasi tentang anda untuk memudahkan dalam melakukan penelitian dan untuk menyelesaikan tugas akhir (SKRIPSI). Oleh karena itu, isilah data yang ada dibawah ini dengan benar adanya dengan cara melingkari jawaban yang tersedia:

1. Nama:.....(dapat diisi atau tidak)
2. Jenis Kelamin:
 - a) Laki-laki
 - b) Wanita
3. Umur:
 - a) Kurang dari 20 tahun
 - b) 20-29 tahun
 - c) 30-39 tahun
 - d) 40-49 tahun
 - e) 50 tahun keatas
4. Latar Belakang Pendidikan:
 - a) SD dan SMP
 - b) SMA
 - c) D3
 - d) S1
 - e) S2 dan S3
5. Status:
 - a) Menikah
 - b) Belum Menikah
6. Bidang Pekerjaan:
 - a) Pelajar
 - b) Pegawai Negeri
 - c) Pegawai Swasta
 - d) Wiraswata
7. Lama menjadi Nasabah
 - a) 1-2 tahun
 - b) 3-4 tahun
 - c) 5 tahun keatas

MUTU PELAYANAN
KANTOR BANK SYARIAH MANDIRI KCP ULEE KARENG

Jawablah pertanyaan-pertanyaan yang ada dibawah ini mengenai persepsi anda masing-masing terhadap mutu pelayanan yang diterapkan oleh Bank Syariah Mandiri Kcp Ulee Kareng dengan memberikan tanda centang (√) pada kolom yang tersedia dengan keterangan sebagai berikut:

1. Sangat tidak setuju
2. Tidak setuju
3. Netral
4. Setuju
5. Sangat setuju

MUTU PELAYANAN

| No | Daftar Pertanyaan | Jawaban / score | | | | |
|--|--|-----------------|--------|--------|--------------|---------------------|
| | | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| | | Sangat setuju | setuju | netral | Tidak setuju | Sangat tidak setuju |
| Kepatuhan Syariah (Sharia Compliance) | | | | | | |
| 1 | BSM yang Menerapkan prinsip tolong-menolong | | | | | |
| 2 | BSM yang menerapkan tabungan bebas bunga | | | | | |
| 3 | Produk tabungan bebas dari hal-hal yang tidak jelas dan meragukan (gharar) | | | | | |
| 4 | Produk tabungan bebas dari kegiatan spekulasi/dugaan yang tidak berdasarkan pada kenyataan, untung-untungan (maysir) | | | | | |
| Assurance (jaminan) | | | | | | |
| 5 | Karyawan <i>frontliner</i> memiliki pengetahuan tentang produk- | | | | | |

| | | | | | | |
|---------------------------------|--|--|--|--|--|--|
| | produk | | | | | |
| 6 | Bank melakukan transaksi sesuai keinginan nasabah | | | | | |
| 7 | Bank menjamin keamanan dana nasabah | | | | | |
| 8 | Bank menjamin kerahasiaan data nasabah | | | | | |
| Reliability (Kehandalan) | | | | | | |
| 9 | Bank menyediakan produk dan layanan yang luas | | | | | |
| 10 | Karyawan melayani nasabah sesuai dengan yang dijanjikan | | | | | |
| 11 | <i>Customer service</i> memberikan informasi dengan jelas | | | | | |
| 12 | <i>Teller</i> mampu melakukan transaksi secara akurat | | | | | |
| 13 | BSM selalu buka tepat pada waktunya | | | | | |
| 14 | Karyawan <i>frontliner</i> dapat menyelesaikan masalah nasabah | | | | | |
| Tangible (Buktifiksik) | | | | | | |
| 15 | Lokasi bank strategis atau mudah dijangkau | | | | | |
| 16 | Tampilan kantor menarik | | | | | |
| 17 | Penampilan karyawan <i>frontliner</i> rapi dan menarik | | | | | |
| | Bank menyediakan | | | | | |

| | | | | | | |
|--------------------------------------|--|--|--|--|--|--|
| 18 | fasilitas mesin teknologi yang memadai (ac, mesin antrian digital, mesin penghitung uang, telepon dan mesin ATM) | | | | | |
| Empathy (perhatian individu) | | | | | | |
| 19 | Karyawan <i>frontliner</i> memberikan layanan tanpa membedakan status ekonomi | | | | | |
| 20 | Karyawan <i>frontliner</i> selalu melayani nasabah dengan penuh rasa kekeluargaan | | | | | |
| 21 | Nasabah diperhatikan dengan baik oleh karyawan bank | | | | | |
| 22 | Karyawan dapat menjadi penasehat dalam setiap keluhan nasabah terkait pelayanan | | | | | |
| Responsiveness (Daya Tangkap) | | | | | | |
| 23 | Karyawan <i>frontliner</i> tanggap dan selalu dalam posisi siap untuk melayani nasabah | | | | | |
| 24 | Karyawan <i>frontliner</i> mampu memberikan solusi yang tepat kepada nasabah | | | | | |
| 25 | Karyawan <i>frontliner</i> cepat dalam menanggapi permintaan nasabah | | | | | |

| | | | | | | |
|----|--|--|--|--|--|--|
| 26 | Telepon kantor BSM Kcp Ulee Kareng mudah dihubungi | | | | | |
|----|--|--|--|--|--|--|

**KEPUASAN NASABAH TERHADAP MUTU PELAYANAN
KANTOR BANK SYARIAH MANDIRI KCP ULEE KARENG**

Jawablah pertanyaan-pertanyaan yang ada dibawah ini mengenai persepsi anda masing-masing terhadap kualitas pelayanan yang diterapkan oleh Bank Syariah Mandiri Kcp Ulee Kareng dengan memberikan tanda (√) pada kolom yang tersedia dengan keterangan sebagai berikut:

1. Sangat tidak setuju
2. Tidak setuju
3. Netral
4. Setuju
5. Sangat setuju

KEPUASAAN NASABAH

| No | Daftar Pertanyaan | Jawaban/ score | | | | |
|----|---|----------------|--------|--------|--------------|---------------------|
| | | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| | | Sangat setuju | setuju | netral | Tidak setuju | Sangat tidak setuju |
| 27 | Saya merasa puas dengan sistem syariah yang dijalankan BSM kcp Ulee Kareng | | | | | |
| 28 | Saya merasa puas menggunakan produk tabungan yang ada di BSM Kcp Ulee Kareng | | | | | |
| 29 | Saya merasa puas dengan fasilitas yang disediakan BSM kcp Ulee Kareng | | | | | |
| 30 | Saya merasa puas dengan kemudahan dalam setiap transaksi di BSM kcp Ulee Kareng | | | | | |

Sumber: penulis (2019)

Lampiran 2: Jawaban Responden

| Sharia compliance | | | | Assurance | | | | Reliability | | | | | | Tangible | | | |
|-------------------|-----|-----|-----|-----------|-----|-----|-----|-------------|-----|-----|-----|-----|-----|----------|-----|-----|-----|
| C 1 | C 2 | C 3 | C 4 | A 1 | A 2 | A 3 | A 4 | R 1 | R 2 | R 3 | R 4 | R 5 | R 6 | T 1 | T 2 | T 3 | T 4 |
| 1 | 5 | 3 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 |
| 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 |
| 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 |
| 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 |
| 5 | 1 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 |
| 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 3 | 5 | 1 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 3 | 5 | 1 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 |
| 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 1 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 |
| 1 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 |
| 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 3 |
| 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 |
| 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 |
| 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 3 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 |
| 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 1 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 |
| 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 3 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 |
| 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 |

| Emphaty | | | | Responsiveness | | | | Kepuasan Nasabah | | | |
|---------|----|----|----|----------------|-----|-----|-----|------------------|----|----|----|
| E1 | E2 | E3 | E4 | RE1 | RE2 | RE3 | RE4 | Y1 | Y2 | Y3 | Y4 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 |
| 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 |
| 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 |
| 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 |
| 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 |
| 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 |
| 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 |

| | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 |
| 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 |
| 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 |
| 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 |
| 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 |
| 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 |
| 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 3 | 5 | 5 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 |
| 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 |

| | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | |
| 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 |
| 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 |
| 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 |
| 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 |
| 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 |
| 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 4 |
| 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |

| | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 |
| 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 |
| 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 |

Lampiran 3: Uji Validitas

1. Uji Validitas *Sharia Compliance*

Correlations

| | x1.1 | x1.2 | x1.3 | x1.4 | total x1 |
|--------------------------|--------|--------|--------|--------|----------|
| x1.1 Pearson Correlation | 1 | .713** | .513** | .401** | .792** |
| Sig. (2-tailed) | | .000 | .000 | .000 | .000 |
| N | 93 | 93 | 93 | 93 | 93 |
| x1.2 Pearson Correlation | .713** | 1 | .642** | .454** | .851** |
| Sig. (2-tailed) | .000 | | .000 | .000 | .000 |
| N | 93 | 93 | 93 | 93 | 93 |
| x1.3 Pearson Correlation | .513** | .642** | 1 | .684** | .869** |
| Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | | .000 | .000 |

| | | | | | |
|---------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| N | 93 | 93 | 93 | 93 | 93 |
| x1.4 Pearson Correlation | .401** | .454** | .684** | 1 | .777** |
| Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | | .000 |
| N | 93 | 93 | 93 | 93 | 93 |
| total Pearson Correlation | .792** | .851** | .869** | .777** | 1 |
| _x1 Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | |
| N | 93 | 93 | 93 | 93 | 93 |

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

2. Uji Validitas Variabel Assurance

Correlations

| | x2.1 | x2.2 | x2.3 | x2.4 | total x2 |
|---------------------------|--------|--------|--------|--------|----------|
| x2.1 Pearson Correlation | 1 | .472** | .510** | .419** | .788** |
| Sig. (2-tailed) | | .000 | .000 | .000 | .000 |
| N | 93 | 93 | 93 | 93 | 93 |
| x2.2 Pearson Correlation | .472** | 1 | .590** | .448** | .774** |
| Sig. (2-tailed) | .000 | | .000 | .000 | .000 |
| N | 93 | 93 | 93 | 93 | 93 |
| x2.3 Pearson Correlation | .510** | .590** | 1 | .466** | .823** |
| Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | | .000 | .000 |
| N | 93 | 93 | 93 | 93 | 93 |
| x2.4 Pearson Correlation | .419** | .448** | .466** | 1 | .725** |
| Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | | .000 |
| N | 93 | 93 | 93 | 93 | 93 |
| total Pearson Correlation | .788** | .774** | .823** | .725** | 1 |
| _x2 Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | |
| N | 93 | 93 | 93 | 93 | 93 |

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

3. Uji Validitas Variabel *Reliability*

Correlations

| | | x3.1 | x3.2 | x3.3 | x3.4 | x3.5 | x3.6 | total_x 3 |
|--------------|------------------------|--------|-------|-------|-------|--------|--------|--------------|
| x3.1 | Pearson Correlation | 1 | .470* | .425* | .408* | .459** | .421** | .727** |
| | Sig. (2-tailed) | | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 93 | 93 | 93 | 93 | 93 | 93 | 93 |
| x3.2 | Pearson Correlation | .470** | 1 | .491* | .484* | .429** | .472** | .750** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 93 | 93 | 93 | 93 | 93 | 93 | 93 |
| x3.3 | Pearson Correlation | .425** | .491* | 1 | .489* | .314** | .584** | .743** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | | .000 | .002 | .000 | .000 |
| | N | 93 | 93 | 93 | 93 | 93 | 93 | 93 |
| x3.4 | Pearson Correlation | .408** | .484* | .489* | 1 | .388** | .425** | .735** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | | .000 | .000 | .000 |
| | N | 93 | 93 | 93 | 93 | 93 | 93 | 93 |
| x3.5 | Pearson Correlation | .459** | .429* | .314* | .388* | 1 | .511** | .695** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .002 | .000 | | .000 | .000 |
| | N | 93 | 93 | 93 | 93 | 93 | 93 | 93 |
| x3.6 | Pearson Correlation | .421** | .472* | .584* | .425* | .511** | 1 | .754** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | | .000 |
| | N | 93 | 93 | 93 | 93 | 93 | 93 | 93 |
| total_x 3 | Pearson Correlation | .727** | .750* | .743* | .735* | .695** | .754** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | |

| | | | | | | | |
|---|----|----|----|----|----|----|----|
| N | 93 | 93 | 93 | 93 | 93 | 93 | 93 |
|---|----|----|----|----|----|----|----|

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

4. Uji Validitas Variabel Tangible

Correlations

| | | x4.1 | x4.2 | x4.3 | x4.4 | total_x4 |
|----------|---------------------|--------|--------|--------|--------|----------|
| x4.1 | Pearson Correlation | 1 | .467** | .504** | .417** | .744** |
| | Sig. (2-tailed) | | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 93 | 93 | 93 | 93 | 93 |
| x4.2 | Pearson Correlation | .467** | 1 | .473** | .531** | .791** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | | .000 | .000 | .000 |
| | N | 93 | 93 | 93 | 93 | 93 |
| x4.3 | Pearson Correlation | .504** | .473** | 1 | .543** | .795** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | | .000 | .000 |
| | N | 93 | 93 | 93 | 93 | 93 |
| x4.4 | Pearson Correlation | .417** | .531** | .543** | 1 | .810** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | | .000 |
| | N | 93 | 93 | 93 | 93 | 93 |
| total_x4 | Pearson Correlation | .744** | .791** | .795** | .810** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | |
| | N | 93 | 93 | 93 | 93 | 93 |

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

5. Uji Validitas Variabel *Emphaty*

Correlations

| | | x5.1 | x5.2 | x5.3 | x5.4 | total_x5 |
|----------|---------------------|--------|--------|--------|--------|----------|
| x5.1 | Pearson Correlation | 1 | .525** | .507** | .508** | .814** |
| | Sig. (2-tailed) | | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 93 | 93 | 93 | 93 | 93 |
| x5.2 | Pearson Correlation | .525** | 1 | .510** | .284** | .738** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | | .000 | .006 | .000 |
| | N | 93 | 93 | 93 | 93 | 93 |
| x5.3 | Pearson Correlation | .507** | .510** | 1 | .566** | .831** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | | .000 | .000 |
| | N | 93 | 93 | 93 | 93 | 93 |
| x5.4 | Pearson Correlation | .508** | .284** | .566** | 1 | .747** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .006 | .000 | | .000 |
| | N | 93 | 93 | 93 | 93 | 93 |
| total_x5 | Pearson Correlation | .814** | .738** | .831** | .747** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | |
| | N | 93 | 93 | 93 | 93 | 93 |

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

6. Uji Validitas Variabel *Responsiveness*

Correlations

| | | x6.1 | x6.2 | x6.3 | x6.4 | total_x6 |
|----------|---------------------|--------|--------|--------|--------|----------|
| x6.1 | Pearson Correlation | 1 | .490** | .374** | .326** | .715** |
| | Sig. (2-tailed) | | .000 | .000 | .001 | .000 |
| | N | 93 | 93 | 93 | 93 | 93 |
| x6.2 | Pearson Correlation | .490** | 1 | .441** | .422** | .785** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | | .000 | .000 | .000 |
| | N | 93 | 93 | 93 | 93 | 93 |
| x6.3 | Pearson Correlation | .374** | .441** | 1 | .554** | .768** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | | .000 | .000 |
| | N | 93 | 93 | 93 | 93 | 93 |
| x6.4 | Pearson Correlation | .326** | .422** | .554** | 1 | .752** |
| | Sig. (2-tailed) | .001 | .000 | .000 | | .000 |
| | N | 93 | 93 | 93 | 93 | 93 |
| total_x6 | Pearson Correlation | .715** | .785** | .768** | .752** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | |
| | N | 93 | 93 | 93 | 93 | 93 |

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

7. Uji Validitas Varibel Kepuasan Nasabah

Correlations

| | | y.1 | y.2 | y.3 | y.4 | total_y |
|---------|---------------------|--------|--------|--------|--------|---------|
| y.1 | Pearson Correlation | 1 | .438** | .379** | .330** | .758** |
| | Sig. (2-tailed) | | .000 | .000 | .001 | .000 |
| | N | 93 | 93 | 93 | 93 | 93 |
| y.2 | Pearson Correlation | .438** | 1 | .326** | .324** | .698** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | | .001 | .002 | .000 |
| | N | 93 | 93 | 93 | 93 | 93 |
| y.3 | Pearson Correlation | .379** | .326** | 1 | .449** | .747** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .001 | | .000 | .000 |
| | N | 93 | 93 | 93 | 93 | 93 |
| y.4 | Pearson Correlation | .330** | .324** | .449** | 1 | .695** |
| | Sig. (2-tailed) | .001 | .002 | .000 | | .000 |
| | N | 93 | 93 | 93 | 93 | 93 |
| total_y | Pearson Correlation | .758** | .698** | .747** | .695** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | |
| | N | 93 | 93 | 93 | 93 | 93 |

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

Lampiran 4: Uji Reliabilitas

1. Uji Variabel *Compliance*

| Reliability Statistics | |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .840 | 4 |

2. Uji Variabel *Assurance*

| Reliability Statistics | |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .614 | 4 |

3. Uji Variabel *Reliability*

| Reliability Statistics | |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .831 | 6 |

4. Uji Variabel *Tangible*

| Reliability Statistics | |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .792 | 4 |

5. Uji Variabel *Emphaty*

| Reliability Statistics | |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .790 | 4 |

6. Uji Variabel *Responsiveness*

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .794 | 4 |

7. Uji Variabel *Kepuasan Nasabah*

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .790 | 4 |

Lampiran 5: Koefisien Determinan (R^2)

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .813 ^a | .660 | .637 | 1.218 |

a. Predictors: (Constant), RESPONSIVENESS, TANGIBLE, RELIABILITY, SHARIA COMPLIANCE, ASSURANCE, EMPHATY

Lampiran 6: Uji Simultan (Uji F)

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1 | Regression | 247.960 | 6 | 41.327 | 27.851 | .000 ^b |
| | Residual | 127.610 | 86 | 1.484 | | |
| | Total | 375.570 | 92 | | | |

a. Dependent Variable: KEPUASAN NASABAH

b. Predictors: (Constant), RESPONSIVENESS, TANGIBLE, RELIABILITY, SHARIA COMPLIANCE, ASSURANCE, EMPHATY

Lampiran 7: Uji Parsial (Uji t)

Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | -9.271 | 2.257 | | 4.108 | .000 |
| SHARIA COMPLIANCE | .199 | .063 | .207 | 3.158 | .002 |
| ASSURANCE | .261 | .072 | .250 | 3.649 | .000 |
| RELIABILITY | .220 | .056 | .259 | 3.944 | .000 |
| TANGIBLE | .160 | .065 | .159 | 2.453 | .016 |
| EMPHATY | .197 | .081 | .197 | 2.427 | .017 |
| RESPONSIVENE SS | .369 | .076 | .381 | 4.848 | .000 |

a. Dependent Variable: KEPUASAN NASABAH

Lampiran 8: Analisis Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
|--------------------|----|---------|---------|-------|----------------|
| SHARIA COMPLIANCE | 93 | 13 | 20 | 17.27 | 2.101 |
| ASSURANCE | 93 | 13 | 20 | 16.99 | 1.931 |
| RELIABILITY | 93 | 20 | 30 | 26.34 | 2.375 |
| TANGIBLE | 93 | 12 | 20 | 16.44 | 1.997 |
| EMPHATY | 93 | 11 | 20 | 16.66 | 2.024 |
| RESPONSIVENE SS | 93 | 12 | 20 | 16.45 | 2.088 |
| KEPUASAN NASABAH | 93 | 13 | 20 | 16.37 | 2.020 |
| Valid N (listwise) | 93 | | | | |

**Lampiran 9: Analisis Regresi Linier Berganda
Coefficients^a**

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | -9.271 | 2.257 | | 4.108 | .000 |
| SHARIA COMPLIANCE | .199 | .063 | .207 | 3.158 | .002 |
| ASSURANCE | .261 | .072 | .250 | 3.649 | .000 |
| RELIABILITY | .220 | .056 | .259 | 3.944 | .000 |
| TANGIBLE | .160 | .065 | .159 | 2.453 | .016 |
| EMPHATY | .197 | .081 | .197 | 2.427 | .017 |
| RESPONSIVENESS | .369 | .076 | .381 | 4.848 | .000 |

a. Dependent Variable: KEPUASAN NASABAH

Lampiran 10: Uji multikolinearitas

Collinearity Diagnostics^a

| Model | Dimension | Eigen value | Condition Index | Variance Proportions | | | |
|-------|-----------|-------------|-----------------|----------------------|-------------------|-----------|-------------|
| | | | | (Constant) | SHARIA COMPLIANCE | ASSURANCE | RELIABILITY |
| 1 | 1 | 6.940 | 1.000 | .00 | .00 | .00 | .00 |
| | 2 | .017 | 19.947 | .00 | .09 | .01 | .02 |
| | 3 | .015 | 21.319 | .00 | .44 | .00 | .01 |
| | 4 | .011 | 25.086 | .00 | .02 | .63 | .18 |
| | 5 | .008 | 29.899 | .01 | .30 | .19 | .35 |
| | 6 | .006 | 34.032 | .01 | .06 | .01 | .01 |
| | 7 | .002 | 52.944 | .97 | .09 | .16 | .44 |

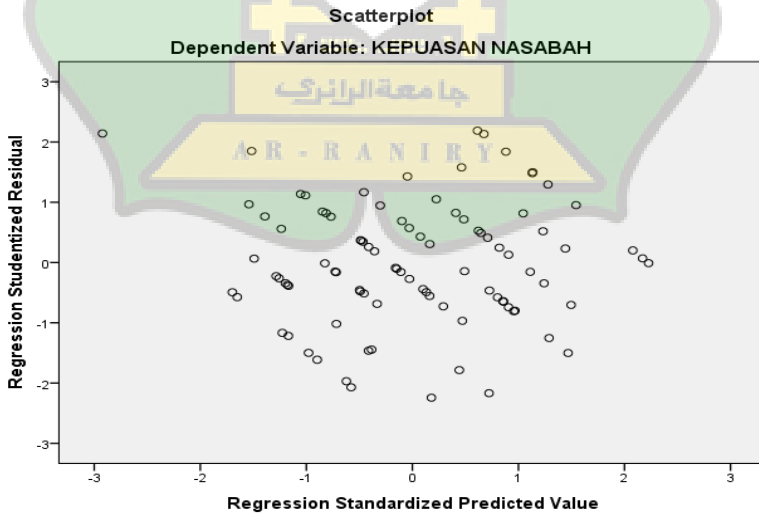
a. Dependent Variable: KEPUASAN NASABAH

Collinearity Diagnostics^a

| Model | Dimensio n | Eigenvalue | Condition Index | Variance Proportions | | | |
|-------|---------------|------------|--------------------|----------------------|--------------|-------------|--------------------|
| | | | | (Constant) | TANGI BLE | EMPHAT Y | RESPONSI VENESS |
| 1 | 1 | 6.940 | 1.000 | .00 | .00 | .00 | .00 |
| | 2 | .017 | 19.947 | .00 | .46 | .02 | .10 |
| | 3 | .015 | 21.319 | .00 | .01 | .13 | .14 |
| | 4 | .011 | 25.086 | .00 | .03 | .01 | .02 |
| | 5 | .008 | 29.899 | .01 | .38 | .00 | .09 |
| | 6 | .006 | 34.032 | .01 | .00 | .83 | .61 |
| | 7 | .002 | 52.944 | .97 | .12 | .02 | .03 |

a. Dependent Variable: KEPUASAN NASABAH

Lampiran 11: Uji Heteroskedastisitas



Lampiran 12: Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

| | | Unstandardized Residual |
|----------------------------------|----------------|-------------------------|
| N | | 93 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | .0000000 |
| | Std. Deviation | 1.17773549 |
| Most Extreme Differences | Absolute | .049 |
| | Positive | .047 |
| | Negative | -.049 |
| Test Statistic | | .049 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | .200 ^{c,d} |

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.