

SKRIPSI

**PENGARUH *PROACTIVE SERVICE, EXPERIENTIAL MARKETING* DAN
PHYSICAL EVIDENCE TERHADAP KEPUASAN NASABAH
KREDIT USAHA RAKYAT
(STUDI PADA PT. BANK ACEH SYARIAH CABANG SINGKIL)**



DISUSUN OLEH:

SUHaida

NIM. 210603050

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH 2025 M/1447 H**

SKRIPSI

**PENGARUH *PROACTIVE SERVICE, EXPERIENTIAL MARKETING* DAN
PHYSICAL EVIDENCE TERHADAP KEPUASAN NASABAH
KREDIT USAHA RAKYAT
(STUDI PADA PT. BANK ACEH SYARIAH CABANG SINGKIL)**



DISUSUN OLEH:

**SUHAIDA
NIM. 210603050**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH 2025 M/1447 H**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan di bawah ini

Nama : Suhaida

NIM : 210603050

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 mempertanggungjawabkan.*
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 bertanggungjawab 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 Banda Aceh. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

جامعة الرانيري
AR - RANIR

Banda Aceh, 13 Agustus 2025

Yang Menyatakan



Suhaida

PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

**Pengaruh *Proactive Service, Experiential Marketing* dan *Physical Evidence*
Terhadap Kepuasan Nasabah Kredit Usaha Rakyat (Studi Pada
PT. Bank Aceh Syariah Cabang Singkil)**

Suhaida

NIM: 210603050

Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya telah
memenuhi syarat penyelesaian studi pada Program Studi Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry
Banda Aceh

Pembimbing I



Dr. Hendra Syahputra M.M
NIP. 19761024009011005

Pembimbing II



Eka Octavian Pranata, S.E., M.Si
NIP. 199810092024031001

Mengetahui,
Ketua Prodi Perbankan Syariah



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

**Pengaruh *Proactive Service*, *Experiential Marketing* dan *Physical Evidence*
Terhadap Kepuasan Nasabah Kredit Usaha Rakyat (Studi Pada
PT. Bank Aceh Syariah Cabang Singkil)**

Suhaida

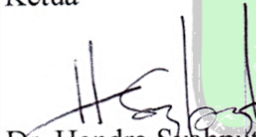
NIM: 210603050

Telah Disidangkan oleh Dewan Penguji Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh
dan Dinyatakan Lulus serta Diterima Sebagai Salah Satu Syarat untuk
Menyelesaikan Program Studi Strata Satu (S-1) dalam Bidang Perbankan Syariah

Pada Hari/Tanggal: Senin, 22 Juli 2025 M
25 Syawal 1446
H

Banda Aceh
Dewan Penguji Sidang Skripsi

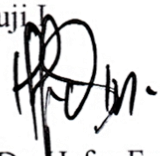
Ketua


Dr. Hendra Syahputra, M.M
NIP. 19761024009011005

Sekretaris


Eka Octavian Pranata, S.E., M.Si
NIP. 198801302018031001

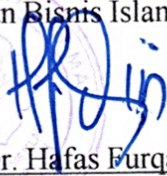
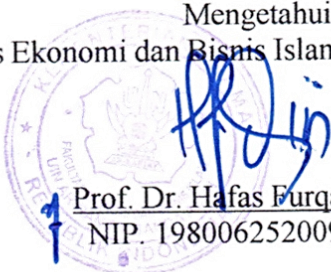
Penguji I


Prof. Dr. Hafas Furqani, M.Ec
NIP. 198006252009011009

Penguji II


Rika Mulia M.BA
NIP. 198906032020122013

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh,

Prof. Dr. Hafas Furqani, M.Ec
NIP. 198006252009011009



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 PUBLIKASI
KARYA ILMIAH MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Suhaida

NIM : 210603050

Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam / Perbankan Syariah

E-mail : suhaidapohan7@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

☐ KKKU

☐ Skripsi

Yang berjudul:

Pengaruh Proactive Service, Experiential Marketing Dan Physical Evidence Terhadap Kepuasan Nasabah Kredit Usaha Rakyat (Studi Pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Singkil

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 : 22 Juli 2025

Mengetahui

Penulis

Pembimbing I

Pembimbing II

Suhaida

NIM. 210603050

Dr. Hendra Syahputra M.M

NIP. 19761024009011005

Eka Octavian Pranata, S.E., M.Si

NIP. 199210092024031001

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

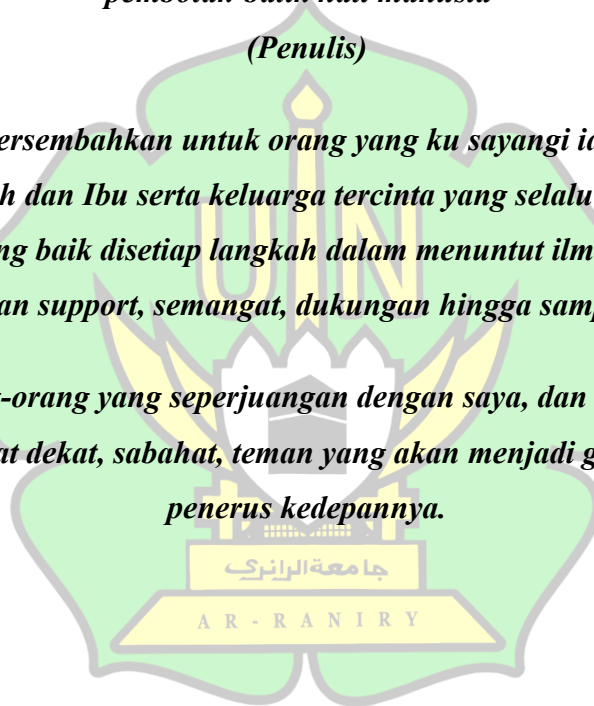
بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

“Ketika orang lain tidak bisa memahami apa yang kita rasakan, maka Allah akan selalu memahami setiap perasaan hambanya karena Allah adalah pembolak-balik hati manusia”

(Penulis)

Skripsi ini ku persembahkan untuk orang yang ku sayangi ialah kedua orang tua ku, Ayah dan Ibu serta keluarga tercinta yang selalu memberikan harapan yang baik disetiap langkah dalam menuntut ilmu serta selalu memberikan support, semangat, dukungan hingga sampai hari ini.

Untuk orang-orang yang seperjuangan dengan saya, dan untuk seluruh kerabat dekat, sahabat, teman yang akan menjadi generasi penerus kedepannya.



KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah Rabbil ‘Alamin, segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT, yang mana oleh Allah melimpahkan rahmat, taufiq, serta hidayah-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Tidak lupa pula shalawat beserta salam kita curahkan kepada junjungan Nabi besar Muhammad SAW, yang telah mendidik seluruh ummatnya untuk menjadi generasi terbaik di muka bumi.

Skripsi dengan judul **“Pengaruh *Proactive Service, Experiential Marketing* dan *Physical Evidence* Terhadap Kepuasan Nasabah Kredit Usaha Rakyat (Studi Pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Singkil)”** ditulis dalam rangka melengkapi dan memenuhi salah satu syarat yang diperukan untuk menyelesaikan pendidikan guna mendapat gelar sarjana Strata Satu (S1) pada program studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh. Dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa masih banyak terdapat kekurangan baik dari segi materi maupun teknik penyusunannya. Namun berkat bantuan dari berbagai pihak Alhamdulillah dengan izin Allah penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan beribu terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Hafas Furqani, M. Ec selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry dan penguji I.
2. Dr. Nevi Hasnita, S.Ag., M. Ag selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah dan Ana Fitria, S.E., M.Sc, RSA. selaku ketua dan sekretaris Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Ar- Raniry Banda Aceh.

3. Hafiizh Maulana, S.P., S.HI., M.E selaku Ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar Raniry Banda Aceh.
4. Rika Mulia, M.B.A. selaku dosen Penasehat akademik dan penguji II yang telah membimbing serta memberikan nasehat dan motivasi terbaik untuk penulis selama menempuh pendidikan di program studi strata satu (S1) Perbankan Syariah.
5. Dr. Hendra Syahputra, M.M selaku Pembimbing I dan Eka Octavian Pranata. S.E., Msi Pembimbing II, yang telah berkenan memberikan bimbingan, meluangkan waktu, serta memberikan masukan dan arahan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen dan civitas akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, khususnya Dosen pada Program Studi Perbankan Syariah yang telah memberikan ilmu, pengalaman, arahan serta perhatiannya kepada penulis selama mengikuti perkuliahan sehingga selesainya skripsi ini.
7. Terimakasih kepada kedua orang tua tercinta, ayahanda Kaharuddin dan Ibunda Resmi sebagai tanda bakti hormat dan rasa terima kasih yang tiada henti-hentinya kalian berikan. Penulis berharap dengan terselesaikannya skripsi ini, dapat menjadi bentuk penghormatan dan apresiasi atas segala perjuangan dan kasih sayang yang kalian berikan.
8. Cinta kasih ketujuh saudara-saudari kandung saya, Abang Muktaridi, Aldi Pohan, Fauzi Pohan, Kakak Ermawati, Sahibus Simah dan Adik tersayang Rehana yang selalu menjadi semangat penulis dalam melakukan hal apapun.
9. Keluarga besar, yang selalu memberikan semangat dan doa.
10. Syapni Maulidar, Agusmaini, Melani Paulina, Ana Julia, Irna Dewi, dan Elsa Elfira selaku sahabat penulis yang senantiasa dalam keadaan sulit dan senang, memberikan dukungan serta motivasi, sehingga penulis dapat menyelesaikan

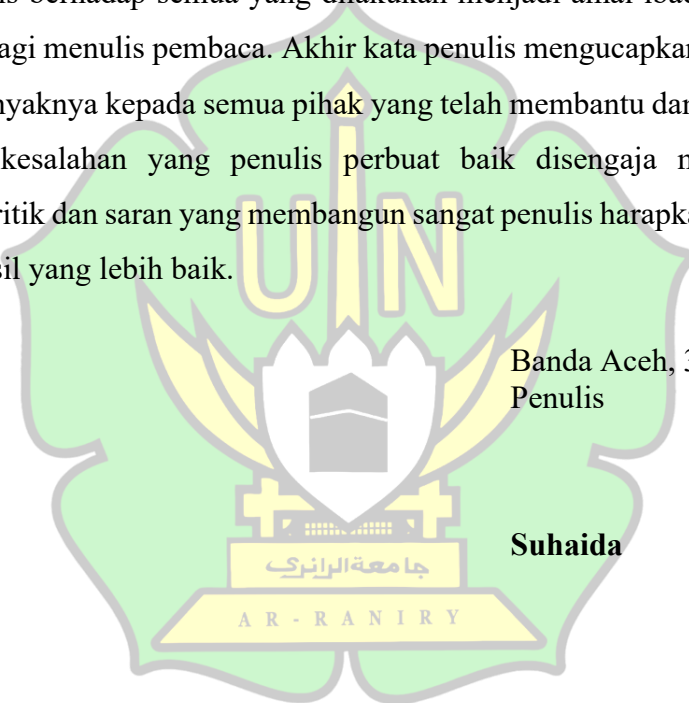
skripsi ini dengan lancar.

11. Terakhir, untuk diri sendiri. Apresiasi sebesar-besarnya yang telah berjuang untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terima kasih karena terus berusaha dan tidak menyerah, serta senantiasa menikmati setiap prosesnya yang bisa dibilang tidak mudah.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini belum sempurna. Hal ini tidak terlepas dari keterbatasan kemampuan dan ilmu pengetahuan yang penulis miliki. Penulis berhadap semua yang dilakukan menjadi amal ibadah dan dapat bermanfaat bagi menulis pembaca. Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya kepada semua pihak yang telah membantu dan mohon maaf atas segala kesalahan yang penulis perbuat baik disengaja maupun tidak didengaja. Kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan guna untuk mencapai hasil yang lebih baik.

Banda Aceh, 30 Juni 2025
Penulis

Suhaida



TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN
Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K
Nomor: 158 Tahun 1987 – Nomor: 0543b/u/1987

1. Konsonan

No.	Arab	Latin	No.	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ط	T
2	ب	B	17	ظ	Z
3	ت	T	18	ع	'
4	ث	Š	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	Ž	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	Š	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>Fathah</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>Fathah</i> dan ya	Ai
َ و	<i>Fathah</i> dan wau	Au

Contoh:

كيف : *kaifa*
 هول : *haul*

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
أَ	<i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atau ya	Ā
إِ	<i>Kasrah</i> dan ya	Ī
وُ	<i>Dammah</i> dan wau	Ū

Contoh:

قَالَ : *qāla*
قِيلَ : *qīla*
يُقُولُ : *yaqūlu*

4. Ta Marbutah (ة)

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

a. Ta marbutah (ة) hidup

Ta marbutah (ة) yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *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 الْاَطْفَالِ : *Rauḍah al-atfāl/ rauḍatulātḡāl*
اَلْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ : *Al-Madīnah al-Munawwarah/ alMadīnatul Munawwarah*
طَلْحَة : *Talḡah*

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: ḡamad 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

ABSTRAK

Nama : Suhaida
NIM : 210603050
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
Judul : Pengaruh *Proactive Service*, *Experiential Marketing*, dan *Physical Evidence* Terhadap Kepuasan Nasabah (KUR) (Studi Kasus Pada Bank Aceh Cabang Singkil)
Pembimbing I : Dr. Hendra Syahputra, M.M
Pembimbing II : Eka Octavian Pranata, S.E., M.Si.

Penelitian ini bertujuan untuk melakukan pengujian pengaruh *proactive service*, *experiential marketing*, dan *physical evidence* terhadap kepuasan nasabah. *proactive service* diukur menggunakan kemampuan mengidentifikasi peluang yang ada, inisiatif, pengambilan tindakan, dan gigih untuk mencapai perubahan suasana. Untuk *experiential marketing* diukur strategi pemasaran yang dalam pelaksanaannya berusaha memberikan pengalaman baik kepada nasabah. Sedangkan *physical evidence* dapat diukur menggunakan tampilan luar, tampilan dalam dan wujud lain. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Sampel penelitian ini diperoleh karakteristik dan kriteria tertentu. Berdasarkan metode *purposive sampling* didapatkan sebanyak 100 responden dari total populasi nasabah sebanyak 153 nasabah. Metode analisis yang digunakan adalah analisis linier berganda dengan menggunakan program SPSS versi 22. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *proactive service*, *experiential marketing*, dan *physical evidence* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.

Kata Kunci: *Proactive Service*, *Experiential Marketing*, *Physical Evidence*, *Kepuasan Nasabah*

DAFTAR ISI

COVER LUAR	i
COVER DALAM.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	iii
PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI.....	iv
PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI	v
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAAN	xi
ABSTRAK.....	xiii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Sistematika Penulisan	9
BAB II LANDASAN TEORI.....	10
2.1 <i>Proactive Service</i>	10
2.1.1 Pengertian <i>Proactive Service</i>	10
2.1.2 Manfaat <i>Proactive Service</i>	11
2.1.3 Indikator <i>Proactive Service</i>	12
2.1.4 Karakteristik <i>Proactive Service</i>	13
2.1.5 <i>Proactive Service</i> Dalam Perspektif Ekonomi Islam	14
2.2 <i>Experiential Marketing</i>	16
2.2.1 <i>Experiential Marketing</i>	16
2.2.2 Karakteristik <i>Experiential Marketing</i>	17
2.2.3 Manfaat <i>Experiential Marketing</i>	18
2.2.4 Indikator <i>Experiential Marketing</i>	18
2.2.5 <i>Experiential Marketing</i> Dalam Perspektif Ekonomi Islam	20
2.3 <i>Physical Evidence</i>	21
2.3.1 <i>Physical Evidence</i>	21
2.3.2 Karakteristik <i>Physical Evidence</i>	22
2.3.3 Indikator <i>Physical Evidence</i>	23
2.3.4 <i>Physical Evidence</i> Dalam Perspektif Ekonomi Islam	23
2.4 Kepuasan Nasabah	24

2.4.1 Pengertian Kepuasan Nasabah	24
2.4.2 Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah.....	25
2.4.3 Indikator Kepuasan Nasabah	26
2.4.4 Kepuasan Nasabah Dalam Perspektif Ekonomi Islam.....	27
2.5 Kerangka Berpikir	30
BAB III METODE PENELITIAN.....	33
3.1 Jenis Penelitian.....	33
3.2 Populasi dan Sampel	34
3.2.1 Populasi.....	34
3.2.2 Sampel.....	34
3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	35
3.3.1 Sumber Data.....	35
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data	36
3.4 Skala Pengukuran.....	36
3.5 Devisi Operasional Variabel	37
3.6 Analisis Data	39
3.7 Uji Instrumen Penelitian	39
3.7.1 Uji Validitas	39
3.7.2 Uji Reliabilitas	40
3.8 Uji Asumsi Klasik.....	40
3.8.1 Uji Normalitas.....	41
3.8.2 Uji Multikolinearitas	41
3.8.3 Uji Heteroskedasitas	41
3.9 Analisis Regresi Linier.....	42
3.10 Koefisien Determinasi (R ²)	42
3.11 Uji Hipotesis	42
3.11.1 Uji T	42
3.11.2 Uji F	43
BAB IV PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	44
4.1 Gambaran Umum dan Objek Penelitian	44
4.1.1 Profil Bank Aceh Syariah.....	44
4.1.2 Nasabah Bank Aceh di Cabang Singkil.....	45
4.2 Karakteristik Responden.....	48
4.2.1 Jenis Kelamin.....	48
4.2.2 Usia	49
4.2.3 Pendidikan Terakhir.....	50
4.2.4 Status Pekerjaan	50
4.2.5 Jenis Usaha Yang Dikelola	51
4.2.6 Lama Menjalankan Usaha.....	52
4.2.7 Skala Omset Usaha Bulanan	52
4.2.8 Puas Dengan Dana KUR.....	53

4.2.9 Lama Meminjam Program Dana KUR	54
4.2.10 Analisis Deskriptif	54
4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas	60
4.3.1 Uji Validitas	60
4.3.2 Uji Reliabilitas	62
4.4 Uji Asumsi Klasik	63
4.4.1 Uji Normalitas	63
4.4.2 Uji Multikolinearitas	63
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	64
4.5 Uji Analisis Regresi Linear Berganda	65
4.6 Uji Hipotesis	66
4.6.1 Uji t (Parsial)	66
4.6.2 Uji F (Simultan)	68
4.6.3 Uji Koefisien Determinasi (R ²)	69
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian	70
4.7.1 Pengaruh <i>Proactive Service, Experiential Marketing</i> dan <i>Physical Evidence</i> Secara Simultan Terhadap Kepuasan Nasabah	70
4.7.2 Pengaruh <i>Proactive Service</i> Terhadap Kepuasan Nasabah dalam Perspektif ekonomi Islam	72
4.7.3 Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> Terhadap Kepuasan Nasabah dalam Perspektif Ekonomi Islam	74
4.7.4 Pengaruh <i>Physical Evidence</i> Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Perspektif Ekonomi Islam	75
BAB V PENUTUP	78
5.1 Kesimpulan	78
5.2 Saran.....	79
DAFTAR PUSTAKA	81

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Persentase Penduduk Miskin di Aceh.....	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	28
Tabel 3.1 Skala Pengukuran Data.....	36
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	37
Tabel 4.1 Hasil Tanggapan Responden Terhadap <i>Proactive Service</i> (X1)	54
Tabel 4.2 Hasil Tanggapan Responden Terhadap <i>Experiential Marketing</i> (X2).....	56
Tabel 4.3 Hasil Tanggapan Responden Terhadap <i>Physical Evidence</i> (X3).....	58
Tabel 4.4 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Nasabah	59
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas	61
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas	62
Tabel 4.7 Tabel Uji Normalitas	63
Tabel 4.8 Tabel Multikolinearitas	64
Tabel 4.9 Uji Heteroskedasrisitas	65
Tabel 4.10 Uji Regresi Linear Berganda.....	65
Tabel 4.11 Uji t (Uji Parsial)	67
Tabel 4.12 Uji F (Uji Simultan)	68
Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir	31
Gambar 4.1 Brosur Angguran Kur PT. Bank Ace\$h Syariah Cabang Singkil Tahun 2024.....	47
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	49
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	50
Gambar 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	51
Gambar 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usaha yang Dikelola	51
Gambar 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjalankan Usaha	52
Gambar 4.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Skala Omset Bulanan	53
Gambar 4.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Meminjam Dana KUR	53
Gambar 4.10 Karakteristik Responden Berdasarkan Puas Dengan Program KUR	54

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	86
Lampiran 2 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	97
Lampiran 3 Uji Asumsi Klasik.....	104
Lampiran 4 Uji Regresi Linear Berganda.....	105
Lampiran 5 Dokumentasi Penelitian Bersama Karyawan PT. Dibank Aceh Cabang Singkil	106
Lampiran 6 Dokumentasi Penelitian Bersama Nasabah PT. Dibank Aceh Cabang Singkil.....	107
Lampiran 7 Riwayat Hidup	108



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan di industri perbankan menjadi semakin meningkat, banyak perusahaan perbankan bersaing dalam memasarkan produk dan jasa mereka dengan memanfaatkan kemajuan teknologi informasi. Penggunaan teknologi ini tidak hanya berfungsi sebagai alat bantu operasional, tetapi juga menjadi strategi utama dalam meningkatkan daya saing. Oleh karena itu, perusahaan perbankan yang mampu memanfaatkan teknologi informasi secara optimal cenderung lebih menekankan pada kepuasan konsumen sebagai prioritas utama. Selain itu, perusahaan-perusahaan tersebut menunjukkan tingkat perkembangan yang signifikan dan cepat seiring dengan adaptasi inovasi digital yang terus dilakukan (Damayanti & Nugroho, 2022).

Perusahaan yang mampu bertahan dalam persaingan bisnis yang dinamis, khususnya di sektor perbankan, adalah perusahaan yang memiliki orientasi pasar yang kuat dan menempatkan konsumen sebagai pusat dari seluruh kegiatan usahanya. Orientasi pasar ini tercermin dari komitmen perusahaan dalam memberikan pelayanan yang unggul serta membangun hubungan jangka panjang dengan nasabah. Beberapa aktivitas yang merepresentasikan eksistensi dan keberlanjutan perusahaan, terutama dalam layanan perbankan, mencakup peningkatan kualitas pelayanan, perbaikan kualitas kinerja (*performance*), penguatan kualitas komunikasi antara perusahaan dan nasabah, serta berbagai aspek lainnya yang mendukung terciptanya pengalaman pelanggan yang memuaskan. Melalui pendekatan ini, perusahaan tidak hanya meningkatkan loyalitas konsumen, tetapi juga memperkuat posisi kompetitifnya di pasar (Ndubisi, 2022)

Kondisi industri perbankan Indonesia telah mengalami banyak perubahan dari tahun 2020-2023. Selain disebabkan oleh perubahan internal di dalam industri perbankan, juga tidak dapat dipisahkan dengan perubahan di luar industri, seperti yang mempengaruhi sektor riil ekonomi, politik, hukum, dan masyarakat. Masyarakat Indonesia sangat terbuka terhadap keberadaan atau hadirnya bank digital (Fatimah dan Hendratmi, 2020). Khususnya di sektor keuangan seperti perbankan, membuktikan pergeseran gaya hidup di Indonesia semakin terjalin dengan era digital (Ferozi Ramdana Irsyad *et al.*, 2024). Transformasi ini harus mampu bereaksi cepat agar penyedia jasa keuangan siap menghadapi kemajuan perbankan digital. Industri perbankan saat ini sedang mengalami transisi untuk mempersiapkan era digital (Ngamal dan Perajaka, 2022). Sektor perbankan telah mengalami masa transisi dalam merespon fenomena perkembangan financial technology dan revolusi teknologi digital, (Tambunan and Nasution, 2023).

Kredit Usaha Rakyat (KUR) adalah jenis pembiayaan yang ditujukan untuk usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), yang mencakup pemberian modal kerja dan investasi dengan fasilitas jaminan untuk usaha produktif serta pembiayaan sektor perdagangan jasa. Dalam pelaksanaan KUR, pihak bank perlu melakukan analisis terlebih dahulu terhadap kredit yang diberikan untuk menilai kemampuan kreditur dalam melunasi pinjaman sesuai dengan ketentuan Pratama, (2019) dalam (Efendi & Widayati, 2019).

Salah satu lembaga penyalur kur adalah Bank Aceh Cabang Singkil. Bank ini fasilitas kredit atau pembiayaan yang khusus diperuntukan untuk kegiatan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) serta koperasi yang usahanya cukup layak namun tidak mempunyai agunan yang cukup sesuai dengan persyaratan yang telah ditetapkan oleh pihak perbankan. Program kur bertujuan untuk meningkatkan perekonomian khususnya di bidang usaha mikro, kecil dan menengah, (UMKM) pengentasan kemiskinan dan penyerapan tenaga kerja.

Kredit Usaha Rakyat (KUR) sebagai instrumen pembiayaan modal kerja dan investasi yang efektif. Data dari Bank Aceh Syariah cabang Aceh Singkil menunjukkan bahwa pada periode Januari-Mei 2024, KUR senilai Rp18,2 miliar telah disalurkan kepada 153 nasabah, menunjukkan potensi signifikan dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat (Farida, 2019).

Bank Aceh Cabang Singkil secara aktif menyalurkan program kur sebagai bagian dari implementasi kebijakan pemerintah dalam mendukung UMKM. Melalui program ini, pelaku usaha yang memenuhi syarat dapat memperoleh akses pembiayaan dengan bunga rendah, baik untuk modal kerja maupun investasi, guna mengembangkan usaha mereka (Aryani, 2024).

Kepuasan nasabah merupakan indikator penting bagi bank untuk perbaikan di masa depan, atau bahkan sebagai dasar untuk melakukan perubahan atau pengembangan apabila nasabah merasa tidak puas atau dirugikan. Ketidakpuasan nasabah dapat menyebabkan mereka enggan untuk kembali dan berpotensi menyampaikan keluhan kepada nasabah lainnya. Hal ini tentu saja dapat menjadi ancaman bagi perusahaan. Seseorang yang kembali membeli, dan akan memberitahu yang lain tentang pengalaman baiknya dengan produk tersebut dapat dikatakan pelanggan tersebut merasa puas Widodo (Mukuan *et al.*, 2022).

Proactive service atau layanan proaktif adalah pendekatan dimana penyedia layanan berusaha untuk memahami dan memenuhi kebutuhan pelanggan sebelum mereka mengungkapkannya. Dalam konteks KUR, layanan proaktif dapat mencakup komunikasi yang efektif, penawaran solusi yang tepat, dan dukungan berkelanjutan. “Perilaku proaktif (*proactive*) dapat didefinisikan sebagai perilaku yang tidak didesak oleh kondisi atau seseorang yang dapat merubah keadaan lingkungan, sehingga individu yang memiliki sifat proaktif dapat mengetahui peluang yang ada dan melakukan tindakan yang sesuai atas peluang tersebut”. Bateman dan Crant (Damayanti & Nugroho, 2022).

Selain itu, pemasaran pengalaman *experiential marketing* sangat berkaitan dengan pengalaman yang dialami konsumen saat menggunakan produk atau layanan. Menurut Schmitt (Setiawan *et al.*, 2017), pemasaran pengalaman adalah pendekatan pemasaran yang fokus pada bagaimana kinerja produk atau layanan dapat menciptakan pengalaman emosional yang menyentuh hati dan perasaan pelanggan. Dalam konteks ini, lembaga yang mampu memberikan pengalaman terbaik bagi nasabah kur diharapkan dapat secara signifikan.

Physical evidence didefinisikan sebagai "Lingkungan tempat layanan disampaikan dan di mana interaksi antara perusahaan dan pelanggan terjadi, serta segala komponen nyata yang mendukung kinerja atau komunikasi layanan." Dalam konteks Kredit Usaha Rakyat (KUR), bukti fisik yang memadai dapat memberikan rasa aman dan nyaman bagi nasabah saat mengajukan kredit. Zeithaml, Bitner dan Gremler (Azizah *et al.*, 2020).

Penelitian ini fokus pada nasabah KUR di Aceh Singkil, yang dipilih karena memiliki potensi besar untuk pengembangan usaha kecil dan menengah (KUR). Seiring dengan meningkatnya pemanfaatan kur dan juga mengurangi kemiskinan pada daerah tersebut. Selain itu penting untuk mengevaluasi terhadap 5C penilaian kepribadian/watak (*Character*), penilaian kemampuan membayar utang (*Capacity*), penilaian terhadap modal (*Capital*), penilaian terhadap jaminan/agunan (*Collateral*), dan penilaian terhadap kondisi ekonomi (*Condition*) dalam pemberian pembiayaan dan juga menyelidiki bagaimana faktor-faktor seperti pengaruh *proactive service*, *experiential marketing*, dan *physical evidence* dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Berdasarkan laporan OJK (2022), Singkil menunjukkan pertumbuhan yang signifikan dalam jumlah nasabah kur, menjadikannya lokasi yang ideal untuk studi ini.

Kemiskinan masih merupakan masalah lama yang masih dihadapi oleh setiap negara. Pemerintah telah mengambil beberapa langkah untuk mengurangi

kemiskinan, salah satunya adalah dengan menetapkan kebijakan otonomi daerah, seperti yang tercantum dalam UU No. 23 Tahun 2014. Dengan otonomi daerah, suatu wilayah memiliki wewenang untuk mengatur dirinya sendiri, baik dalam hal urusan pemerintahan maupun kepentingan lokal. Kebijakan ini berlaku untuk semua provinsi di Indonesia, tidak terkecuali Aceh dapat dilihat pada tabel 1.1 (Ricardo *et al.*, 2023).

Tabel 1.1
Persentase Penduduk Miskin di Aceh

Wilayah	2021 Maret	2022 Maret	2023 Maret
Semeulue	18.98	18.37	17.92
Aceh Singkil	20.36	19.18	19.15
Aceh Selatan	13.18	12.43	12.10
Aceh Tenggara	13.41	12.83	14.45
Aceh Timur	14.45	13.91	13.39
Aceh Tengah	15.26	14.50	14.38
Aceh Barat	18.81	17.93	17.86
Aceh Besar	14.05	13.38	13.38
Pidie	19.59	18.79	18.78
Bireuen	13.25	12.51	12.12
Aceh Utara	17.43	16.86	16.64
Aceh Barat Daya	16.34	15.44	15.43
Gayo Lues	19.64	18.87	18.82
Aceh Tamiang	13.34	12.61	12.51
Nangan Raya	18.23	17.38	17.25
Aceh jaya	13.23	12.51	12.42
Bener Meriah	19.16	18.39	18.31
Pidie Jaya	19.55	18.45	18.40
Banda Aceh	7.61	7.13	7.04
Sabang	15.32	14.66	14.59
Langsa	10.96	10.62	10.53
Lhoksemawe	11.16	10.84	10.73
Subulussalam	17.65	16.94	16.41
	15.33	14.64	14.45

Sumber data: BPS Provinsi Aceh 2021-2023

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat diketahui Provinsi Aceh merupakan provinsi yang memiliki tingkat kemiskinan tertinggi di Pulau Sumatera. Provinsi Aceh terdiri dari 23 kabupaten/kota. Kabupaten Aceh Singkil merupakan kabupaten dengan tingkat kemiskinan tertinggi. Tingkat kemiskinan di Kabupaten Aceh Singkil tergolong tinggi mencapai 19 persen-20 persen pada tahun 2021-2023 (BPS, 2023). Bahkan terus meningkat dari tahun 2014 hingga 2018 (Nasution, 2022).

Dalam konteks pertumbuhan ekonomi daerah, Aceh Singkil sebagai salah satu kota di provinsi aceh terus berupaya menggerakkan berbagai potensi ekonomi diwilayahnya, hal ini dilakukan agar pelaku ekonomi dapat berperan serta dan berpartisipasi aktif menggerakkan perekonomian sehingga mampu memberikan kontribusi bagi pertumbuhan ekonomi diaceh singkil. Pemerintah memperkenalkan Kredit Usaha Rakyat (KUR) dimana pembiayaan diberikan kepada perseorangan, badan usaha atau kelompok perusahaan yang layak dan produktif namun tidak memiliki agunan tambahan untuk mendapatkan modal kinerja dan atau pendanaan untuk penanaman modal Sutan riemy (2018) dalam (Kurnia *et al.*, 2024).

Kredit Usaha Rakyat (KUR) diharapkan dapat menjadi solusi untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat, dengan memahami dampak dari proactive service, experiential marketing, dan physical evidence, lembaga keuangan dapat merancang strategi yang lebih efisien. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai kontribusi ketiga variabel tersebut terhadap kepuasan konsumen. Dengan meningkatnya kepuasan nasabah, lembaga keuangan akan lebih efektif dalam mendukung pertumbuhan ekonomi masyarakat. Penelitian ini juga bertujuan untuk menggambarkan secara jelas bagaimana pengaruh layanan proaktif, pemasaran berdasarkan pengalaman, dan bukti fisik dapat mendukung pengembangan sektor UMKM di Indonesia.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis ingin melakukan penelitian yang dituangkan dalam skripsi dengan judul: **“*Pengaruh Proactive Service, Experiential Marketing Dan Physical Evidence Terhadap Kepuasan Nasabah Kredit Usaha Rakyat Kur (Studi Kasus Pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Singkil)*”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Apakah *proactive service* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah kur di PT. Bank Aceh Syariah Cabang Singkil?
2. Apakah *experiential marketing* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah kur di PT. Bank Aceh Syariah Cabang Singkil?
3. Apakah *physical evidence* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah kur di PT. Bank Aceh Syariah Cabang Singkil?
4. Apakah *proactive service, experiential marketing dan physical evidence* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah kur di PT. Bank Aceh Syariah Cabang Singkil?

1.3 Tujuan Masalah

1. Untuk mengetahui pengaruh *proactive service* terhadap kepuasan nasabah kur di PT. Bank Aceh Syariah Cabang Singkil?
2. Untuk mengetahui pengaruh *experiential marketing* terhadap kepuasan nasabah kur di PT. Bank Aceh Syariah Cabang Singkil?
3. Untuk mengetahui pengaruh *physical evidence* terhadap kepuasan nasabah kur di PT. Bank Aceh Syariah Cabang Singkil?
4. Untuk mengetahui *proactive service, experiential marketing dan physical evidence* pengaruh terhadap kepuasan nasabah kur di PT. Bank Aceh Syariah Cabang Singkil?

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat diantaranya adalah:

1. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai sumber acuan bagi mahasiswa perbankan syariah, dan dapat memperkaya pengetahuan, memberi informasi serta dapat mengembangkan ilmu ekonomi, khususnya terkait konteks Pengaruh *Proactive Service*, *Experiential Marketing* Dan *Physical Evidence* Terhadap Kepuasan Nasabah Kredit Usaha Rakyat (KUR).
- b. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini juga dapat menambah literasi pada penelitian-penelitian serupa di masa mendatang.

2. Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini dapat membantu dalam merancang strategi untuk meningkatkan wawasan tentang cara kepuasan nasabah kur melalui strategi layanan yang proaktif, pengalaman menarik, dan elemen fisik yang mendukung, melalui pelatihan, pendampingan atau akses ke modal.
- b. Menyediakan dasar untuk merumuskan kebijakan yang mendukung pengembangan kur yang lebih efektif.

3. Manfaat Kebijakan

- a. Penelitian ini dapat menjadi dasar bagi pembuat kebijakan untuk merancang kebijakan yang mendukung pengembangan kur yang lebih efektif.
- b. Melalui pemahaman lebih dalam tentang kur, pemerintah dapat merancang regulasi yang sesuai untuk mendukung pertumbuhan dan kepuasan nasabah.

1.5 Sistematika Penulisan

Penulisan dalam penelitian ini disusun berdasarkan sistematika berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas tentang latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini membahas tentang landasan teori, definisi yang mendukung penelitian terkait Pengaruh *Proactive Service*, *Experiential Marketing* dan *Physical Evidence* Terhadap Kepuasan Nasabah Kredit Usaha Rakyat (KUR), penelitian terdahulu, kerangka berpikir serta uraian teoritis terkait masalah penelitian penelitian dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini membahas tentang jenis penelitian, pendekatan penelitian, tujuan dan arah penelitian, jenis data, teknik pengumpulan data, dan metode analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi karakteristik responden, analisis deskriptif, hasil pengujian, serta analisis dan pembahasan mengenai Pengaruh *Proactive Service*, *Experiential Marketing* Dan *Physical Evidence* Terhadap Kepuasan Nasabah Kredit Usaha Rakyat (KUR).

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian yang dapat diambil dan saran-saran yang diberikan oleh penulis kepada pihak-pihak yang bersangkutan dengan peneliti