

SKRIPSI

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN
NASABAH TABUNGAN FIRDAUS PADA PT. BANK ACEH
SYARIAH CABANG BANDA ACEH**



Disusun Oleh:

**NUR AFDHAL
NIM. 150603078**

**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 : Nur Afdhal
NIM : 150603078
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 dipertanggung jawabkan 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, 22 Desember 2019

Yang Menyatakan,



Nur Afdhal

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:


**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN
NASABAH TABUNGAN FIRDAUS PADA PT. BANK ACEH
SYARIAH CABANG BANDA ACEH**

Disusun Oleh:

Nur Afdhal
NIM. 150603078


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,


Prof. Nazarruddin A. Wahid, MA
NIP. 195612311987031031

Pembimbing II,


Akmal Riza, SE., M.Si
NIDN. 2002028402

Mengetahui
Ketua Program Studi Perbankan Syariah, 


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

LEMBAR PENGESAHAN HASIL SIDANG

SKRIPSI

Nur Afdhal
NIM. 150603078

Dengan Judul:

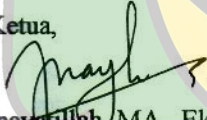
**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN
NASABAH TABUNGAN FIRDAUS PADA PT. BANK ACEH
SYARIAH CABANG BANDA ACEH**

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: Rabu, 15 Januari 2020
19 Jumadil Awal 1441

Banda Aceh
Tim Penilai Sidang Hasil Skripsi


Ketua,


Inayallah MA., Ek
NIP. 198208042014032002

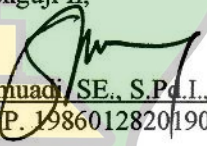
Sekretaris,


Akmal Riza SE., M.Si
NIDN. 2002028402

Penguji I,


Evy Iskandar, SE., M.Si, Ak, CA., CPAI
NIDN. 2024026901

Penguji II,


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

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomidan Bisnis Islam
UIN Ar-Raniry Banda Aceh


Dr. Zaki Fuad, M.Ag K
NIP. 196403141992031003



**FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Nur Afdhal
NIM : 150603078
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
E-mail : nur.afdhal05@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 KKK Skripsi

Yang berjudul:

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN NASABAH
TABUNGAN FIRDAUS PADA PT. BANK ACEH SYARIAH CABANG
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 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 : 15 Januari 2020

Mengetahui,


Penulis


Nur Afdhal
NIM. 150603078

Pembimbing I


Prof. Nazarruddin A. Wahid, MA
NIP. 195612311987031031

Pembimbing II


Akmal Riza, SE., M.Si
NIDN. 2002028402

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Segala Puji dan Syukur Atas kehadiran Allah SWT atas berkah, rahmat dan hidayah-Nya yang senantiasa dilimpahkan kepada penulis, sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu. Salawat serta salam selalu turunkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW yang telah membawa umatnya dari alam kebodohan menuju alam yang penuh ilmu pengetahuan, dan semoga kita mendapatkan syafa'at di akhirat nanti. Tiada kata terindah selain mengucapkan syukur, Alhamdulillah kepada Allah SWT atas limpahan nikmat Karunia-Nya , sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Tabungan Firdaus Pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh” sebagai syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada program studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.

Dalam penyusunan skripsi ini banyak hambatan serta rintangan yang penulis hadapi namun pada akhirnya dapat melaluinya berkat adanya bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak baik secara moral maupun materil. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Dr. Zaki Fuad, M.Ag sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
2. Dr. Nevi Hasnita, S.Ag., M.Ag sebagai Ketua Progam Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry dan Ayumiati, SE., M.Si selaku Sekretaris Program Studi Perbankan Syariah dan Penasehat Akademik yang telah memberikan motivasi dan nasehat dalam penyelesaian skripsi ini.
3. Muhammad Arifin, Ph.D selaku ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah banyak membantu dalam penulisan skripsi ini.
4. Prof. Dr. Nazaruddin A. Wahid, MA selaku pembimbing 1 dan Akmal Riza, SE., M.Si selaku pembimbing II yang dengan sabar telah meluangkan waktu untuk memberikan ilmu yang bermanfaat, bimbingan dan arahan dengan penuh kesabaran dan keikhlasan dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai dengan baik.
5. Keluarga besar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry, khususnya para staf progam studi Perbankan Syariah yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat serta memberikan semangat dalam menyelesaikan karya skripsi.
6. Pimpinan, seluruh staf dan karyawan, serta satuan pengamanan PT. Bank Aceh Syariah yang telah memberikan izin penelitian dan membantu kelancaran penelitian ini.
7. Teristimewa kepada ayah dan mamak yang telah berjuang mendidik, merawat dan menasehati saya sejak kecil hingga beranjak dewasa sekarang ini. Dan terima kasih pula kepada

abang dan kedua kakak saya yang selalu memberikan doa, dukungan dan semangat sehingga saya termotivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.

8. Teruntuk sahabat yaitu ulfa, ija, husna, yunda, icut, dan mulia yang selalu membantu dan memberikan semangat demi kelancaran penulisan skripsi ini. Dan seluruh teman-teman angkatan 2015 prodi Perbankan Syariah yang telah berjuang bersama-sama dan memberikan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Semua pihak yang sudah banyak membantu dalam penyusunan skripsi yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Atas semua bantuan yang telah diberikan, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya. Semoga kita selalu berada dalam lindungan Allah SWT. Akhirnya, penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi rekan-rekan mahasiswa dan para pembaca sekalian. Penulis menyadari banyak kekurangan yang perlu disempurnakan. Untuk itu kritik dan saran senantiasa diharapkan demi kesempurnaan skripsi ini.

Banda Aceh, 22 Desember 2019

Penulis,

Nur Afdhal

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>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
◌َ يَ	<i>Fathah</i> dan ya	Ai
◌َ وَ	<i>Fathah</i> dan wau	Au

Contoh:

كيف : *kaifa*

هول : *hauला*

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 / اِ	<i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>ya</i>	Ā
يِ	<i>Kasrah</i> dan <i>ya</i>	Ī
يُ	<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 *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 الْأَطْفَالِ : *raudah al-atfāl/ raudatul atfāl*

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

طَلْحَةُ : *Talhah*

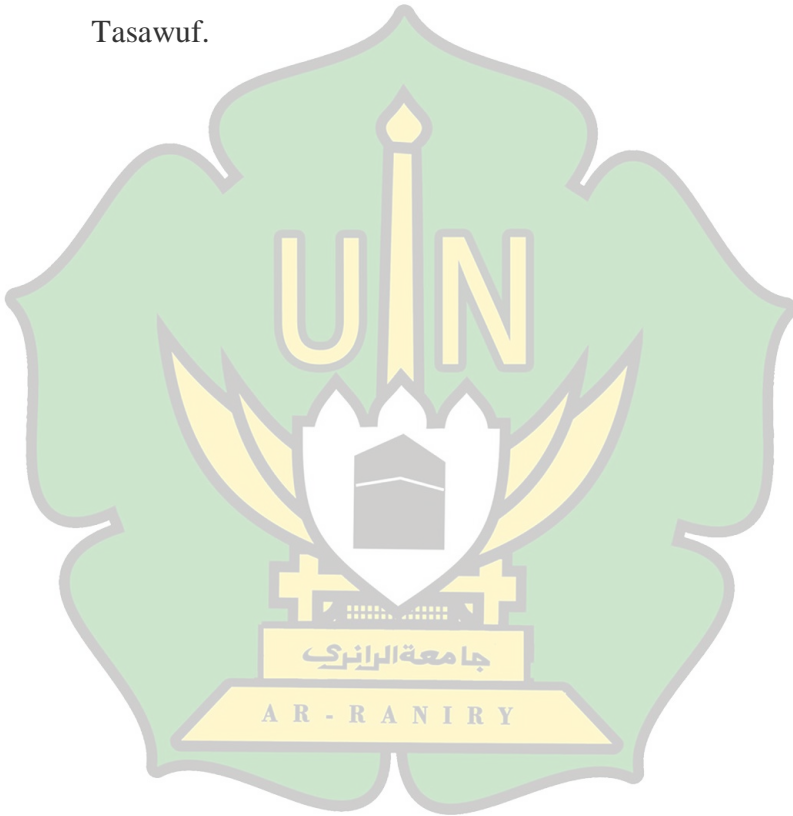
Catatan:

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.

Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf.



ABSTRAK

Nama : Nur Afdhal
NIM : 150603078
Fakultas/Program Studi : Ekonomi Dan Bisnis Islam/
Perbankan Syariah
Judul : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi
Kepuasan Nasabah Tabungan
Firdaus Pada PT. Bank Aceh
Syariah Cabang Banda Aceh
Tanggal Sidang : 15 Januari 2020
Tebal Skripsi : 125 Halaman
Pembimbing 1 : Prof. Dr. Nazaruddin A. Wahid, MA
Pembimbing 2 : Akmal Riza, SE., M.Si

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh pelayanan, bagi hasil, dan periklanan terhadap kepuasan nasabah tabungan firdaus. Penelitian ini diadakan di Bank Aceh cabang Banda Aceh. Sampel dalam penelitian ini adalah nasabah tabungan firdaus yang berjumlah 100 responden dengan teknik *purposive sampling* menggunakan pendekatan kuantitatif dan metode analisis data yang digunakan menggunakan analisis regresi linear berganda dengan bantuan *software* SPSS. Hasil penelitian ini baik secara parsial maupun simultan menunjukkan bahwa variabel pelayanan, bagi hasil dan periklanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Kata Kunci : Pelayanan, Bagi Hasil, Periklanan, dan Kepuasan Nasabah.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPEL KEASLIAN	ii
HALAMAN JUDUL KEASLIAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH ..	iv
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI	v
LEMBAR PENGESAHAN HASIL SIDANG SKRIPSI	vi
KATA PENGANTAR	vii
TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN	x
ABSTRAK.....	xv
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR TABEL	xx
DAFTAR GAMBAR	xxi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Sistematika Pembahasan	9
BAB II LANDASAN TEORI.....	11
2.1 Kepuasan Nasabah	11
2.1.1 Kepuasan	11
2.1.2 Nasabah	11
2.1.3 Pengertian Kepuasan Nasabah	12
2.1.4 Pengukuran Kepuasan Nasabah	14
2.1.5 Indikator Kepuasan Nasabah	15
2.2 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah	16
2.2.1 Faktor Pelayanan	17
2.2.2 Faktor Bagi Hasil	21
2.2.3 Faktor Periklanan	23
2.3 Tabungan Firdaus	27
2.3.1 Pengertian Tabungan Firdaus	27
2.3.2 Rukun dan Syarat Tabungan Firdaus	28

2.3.3 Keunggulan Tabungan Firdaus	28
2.3.4 Penyetoran dan Penarikan	29
2.3.5 Penutupan Tabungan Firdaus	30
2.4 Penelitian Terdahulu	30
2.5 Pengaruh Antar Variabel	35
2.5.1 Pengaruh Faktor Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah	35
2.5.2 Pengaruh Faktor Bagi Hasil Terhadap Kepuasan Nasabah	35
2.5.3 Pengaruh Faktor Periklanan Terhadap Kepuasan Nasabah	36
2.5.4 Pengaruh Faktor Pelayanan, Bagi Hasil dan Periklanan Terhadap Kepuasan Nasabah	37
2.6 Kerangka Pemikiran	38
2.7 Hipotesis.....	39
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	40
3.1 Desain Penelitian.....	40
3.1.1 Jenis Penelittian	41
3.1.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	41
3.2 Populasi dan Sampel	41
3.3 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	43
3.3.1 Sumber Data	43
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data	44
3.4 Skala Pengukuran	44
3.5 Definisi Operasional Variabel	45
3.6 Teknik dan Analisis Data.....	48
3.7 Pengujian Validitas dan Reabilitas	49
3.7.1 Uji Validitas	49
3.7.2 Uji Reabilitas	49
3.8 Pengujian Asumsi Klasik	50
3.8.1 Uji Normalitas	50
3.8.2 Uji Multikolinieritas	50
3.8.3 Uji Heteroskedastisitas	51
3.9 Pengujian Hipotesis	52
3.9.1 Koefisien Determinasi	52
3.9.2 Uji F (Simultan)	52
3.9.3 Uji t (Parsial)	53

BAB 1V HASIL PENELITIAN.....	54
4.1 Gambaran Umum Penelitian	54
4.1.1 Sejarah PT. Bank Aceh Syariah	54
4.1.2 Visi dan Misi PT. Bank Aceh Syariah.....	59
4.1.3 Produk-produk Penghimpunan Dana pada PT. Bank Aceh Syariah	60
4.1.4 Gambaran Umum Produk Tabungan Firdaus Bank Aceh Syariah	63
4.2 Deskriptif Responden	64
4.2.1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin	65
4.2.2 Karakteristik Responden berdasarkan Umur	66
4.2.3 Karakteristik Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir	67
4.2.4 Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan	67
4.3 Karakteristik Tanggapan Responden	68
4.3.1 Tanggapan Responden Pada Variabel Pelayanan (X_1)	69
4.3.2 Tanggapan Responden Pada Variabel Bagi Hasil(X_2)	71
4.3.3 Tanggapan Responden Pada Variabel Periklanan (X_3)	70
4.3.4 Tanggapan Responden Pada Variabel Kepuasan Nasabah (Y)	72
4.4 Uji Instrumen Penelitian	74
4.4.1 Pengujian Validitas	74
4.4.2 Pengujian Realibilitas	76
4.5 Analisis Regresi Linear Berganda	77
4.6 Pengujian Asumsi Klasik	78
4.6.1 Uji Normalitas	78
4.6.2 Uji Multikolinieritas	79
4.6.3 Uji Heteroskedastisitas	80
4.7 Hasil Pengujian Hipotesis	82
4.7.1 Koefisien Deterimanasi (R^2)	82
4.7.2 Uji F (Simultan)	83
4.7.3 Uji t (Parsial)	84

4.8 Pembahasan	87
4.8.1 Pengaruh Pelayanan (X_1) Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Firdaus pada Bank Aceh Syariah cabang Banda Aceh	87
4.8.2 Pengaruh Bagi Hasil (X_2) Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Firdaus pada Bank Aceh Syariah cabang Banda Aceh	88
4.8.3 Pengaruh Periklanan (X_3) Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Firdaus pada Bank Aceh Syariah cabang Banda Aceh	89
4.8.4 Pengaruh Pelayanan (X_1), Bagi Hasil (X_2), dan Periklanan (X_3) Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Firdaus pada Bank Aceh Syariah cabang Banda Aceh	90
BAB V PENUTUP	91
5.1 Kesimpulan	91
5.2 Saran.....	92
DAFTAR PUSTAKA	94
LAMPIRAN	98



DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1	Perkembangan Jumlah Nasabah Tabungan Firdaus Pada PT. Bank Aceh Syariah cabang Banda Aceh	3
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	30
Tabel 3.1	Skala Pengukuran	45
Tabel 3.2	Operasional Variabel	46
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.	65
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	66
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	67
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	68
Tabel 4.5	Tanggapan Responden Pada Variabel Pelayanan (X1)	69
Tabel 4.6	Tanggapan Responden Pada Variabel Bagi Hasil (X2)	70
Tabel 4.7	Tanggapan Responden Pada Variabel Periklanan (X3)	71
Tabel 4.8	Tanggapan Responden Pada Variabel Kepuasan Nasabah (Y)	73
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas	75
Tabel 4.10	Hasil Uji Realibilitas	76
Tabel 4.11	Hasil Uji Regresi Linear Berganda	77
Tabel 4.12	Uji Multikolinieritas	80
Tabel 4.13	Hasil Pengujian Koefisien Determinasi	82
Tabel 4.14	Hasil Uji F	83
Tabel 4.15	Hasil Uji t	84

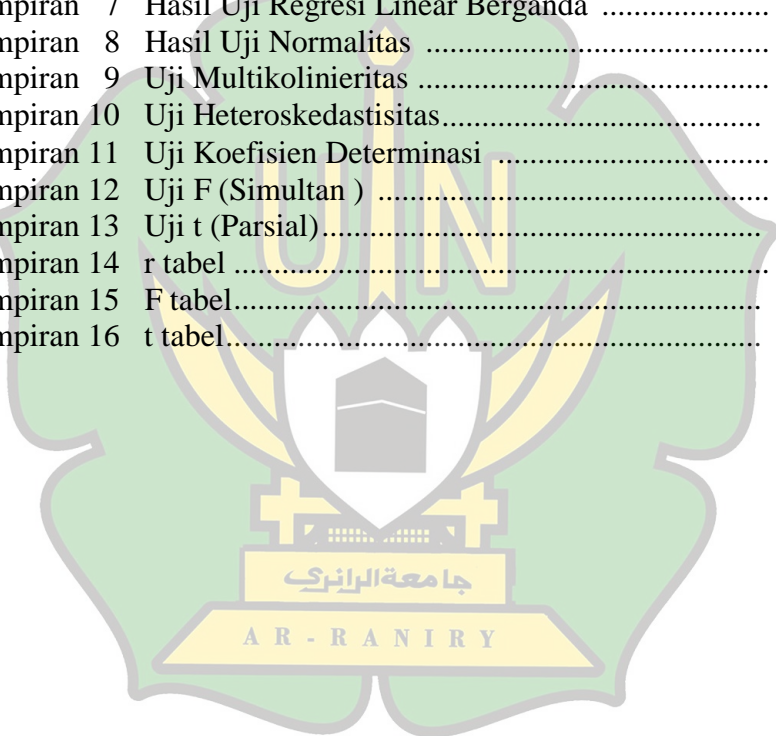
DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Skema Kerangka Pemikiran	38
Gambar 3.1 Rumus Slovin	42
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas	79
Gambar 4.2 Hasil Heteroskedastisitas	81



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	98
Lampiran 2 Tabulasi Karakteristik Responden	103
Lampiran 3 Jawaban Responden	107
Lampiran 4 Karakteristik Responden	109
Lampiran 5 Hasil Output Uji Validitas	111
Lampiran 6 Hasil Output Uji Reabilitas	113
Lampiran 7 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	114
Lampiran 8 Hasil Uji Normalitas	115
Lampiran 9 Uji Multikolinieritas	116
Lampiran 10 Uji Heteroskedastisitas.....	117
Lampiran 11 Uji Koefisien Determinasi	118
Lampiran 12 Uji F (Simultan)	119
Lampiran 13 Uji t (Parsial).....	120
Lampiran 14 r tabel	121
Lampiran 15 F tabel.....	123
Lampiran 16 t tabel.....	124



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Bank syariah sebagai bank yang aktivitasnya meninggalkan masalah riba atau bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan bunga dengan sistem perbankan yang memiliki karakteristiknya sendiri. Hal tersebut dapat berupa pola operasional yang menerapkan sistem bagi hasil (*mudharabah*) dan produknya harus halal, jauh dari riba, gharar dan maysir (Syahrudin El-Fikri, 2006). Bank syariah merupakan suatu lembaga keuangan dimana usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariat Islam (Muhammad, 2011). Sesuai dengan UU No. 21/2008 tentang perbankan syariah, bank berlandaskan syariah yang pertama beroperasi di Indonesia adalah Bank Muamalat Indonesia yang diresmikan pada Tanggal 1 November 1991.

Perubahan bank syariah ini juga berdampak positif bagi bank konvensional di Indonesia maupun pada daerah seperti provinsi Aceh salah satu provinsi yang menerapkan syariah dengan istilah serambi mekkah yang juga melakukan konversi ke bank syariah salah satunya PT. Bank Aceh Syariah. Izin operasional konversi tersebut ditetapkan berdasarkan Keputusan Dewan Komisiner OJK No. 44/D.03/2016 Tanggal 1 September 2016 perihal

Pemberian Izin Perubahan Kegiatan Usaha Bank Umum Konvensional menjadi Bank Umum Syariah PT. Bank Aceh yang diserahkan oleh Dewan Komisioner OJK kepada Gubernur Aceh Zaini Abdullah melalui Kepala OJK Provinsi Aceh Ahmad Wijaya Putra di Banda Aceh (<https://tribunnews.com>). Perubahan sistem operasional dilaksanakan pada Tanggal 19 September 2016 secara serentak pada seluruh jaringan kantor bank Aceh. Sejak perubahan sistem operasional, Bank Aceh telah dapat melayani seluruh nasabah dan masyarakat dengan sistem syariah murni (Ketentuan PBI No. 11/15/PBI/2009). Proses konversi Bank Aceh menjadi bank syariah diharapkan dapat membawa dampak positif pada seluruh aspek kehidupan ekonomi dan sosial masyarakat. Dengan menjadi bank Aceh dengan prinsip syariah, diharapkan bisa menjadi salah satu titik peningkatan pertumbuhan ekonomi masyarakat dan pembangunan daerah yang lebih optimal. Bank Aceh juga tidak serta merta mengesampingkan perkembangan-perkembangan fitur produk bank yang menjadi target pasar Bank Aceh dalam penghimpun dan penyaluran dana. PT. Bank Aceh Syariah terus melakukan perkembangan terhadap fitur produk bank sesuai dengan kebutuhan nasabahnya salah satu produknya seperti tabungan firdaus (www.bankaceh.co.id).

Tabungan firdaus merupakan pilihan yang tepat untuk investasi berprinsip syariah yang dapat digunakan setiap saat. Tabungan Firdaus merupakan salah satu produk tabungan Bank Aceh dimana pemilik dana memberikan kepercayaan kepada Bank

untuk mengelola dan menggunakan bagian yang telah disepakati sebelumnya. Tabungan Firdaus pada Bank Aceh Syariah diperuntukkan bagi perorangan yang menggunakan prinsip *mudhrabah* (bagi hasil) dimana dana yang diinvestasikan oleh orang yang dapat dipergunakan oleh Bank (*mudharib*) dengan imbalan bagi hasil dengan nasabah. (www.bankaceh.co.id). Tabungan Firdaus dilengkapi dengan berbagai keunggulan, salah satunya tidak dikenakan biaya administrasi bulanan. Produk ini berupa simpanan yang dapat menghilangkan keraguan nasabah terhadap masalah pengelolaan dana karena dikelola sesuai prinsip syariah. Adapun perkembangan jumlah nasabah tabungan firdaus dari tahun 2016 sampai 2018 tidak menunjukkan peningkatan yang berarti bahkan mengalami penurunan seperti pada tabel berikut:

Tabel 1.1
Perkembangan Jumlah Nasabah Tabungan Pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh

Tahun	Jumlah Nasabah	Pertumbuhan (%)
2016	116.607	-
2017	63.411	- 46%
2018	68.159	7%

Sumber : Bank Aceh Syariah cabang Banda Aceh 2019 (diolah)

Berdasarkan data Tabel 1.1 dapat disimpulkan bahwa perkembangan jumlah nasabah tabungan firdaus mengalami kondisi yang tidak stabil setiap tahunnya. Pada tahun 2016 mengalami peningkatan jumlah nasabah sebanyak 116.607 nasabah. Pada tahun 2017 mengalami penurunan yang sangat

drastis sebanyak 63.411 dengan persentase pertumbuhan sebesar -46%. Serta pada tahun 2018 mengalami peningkatan jumlah nasabah sebanyak 68.159 dengan persentase pertumbuhan sebesar 7%.

Untuk memenangkan persaingan antar bank, bank syariah harus mampu memberikan kepuasan kepada para nasabah. Menurut Kotler dan Keller (2009:138) kepuasan nasabah adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang di persepsikan produk (hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja sesuai ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja tidak sesuai ekspektasi, pelanggan tidak puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, maka pelanggan akan sangat puas dan senang. Kepuasan nasabah terhadap suatu perusahaan dapat mempertahankan eksistensi perusahaan itu dan membuat agar pelanggan dapat bersikap loyal dengan tidak berpindah kepada pesaing. Menurut Lupiyoadi (2014:21) ada beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah diantaranya kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga (bagi hasil), dan biaya. Akan tetapi dalam penelitian ini peneliti hanya meneliti beberapa faktor saja diantaranya pelayanan, bagi hasil, dan periklanan. Alasan peneliti memilih ketiga faktor tersebut karena dari beberapa penelitian yang telah dilakukan sebelumnya ketiganya faktor tersebut berpengaruh positif dan lebih dominan mempengaruhi kepuasan nasabah. Sehingga peneliti tertarik memilih pelayanan, bagi hasil dan periklanan dengan objek penelitian yang berbeda.

Pelayanan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada nasabah (Kasmir, 2011:15). Dalam pelayanan, nasabah tentunya akan memilih bank yang aman dengan prosedur yang tidak terlalu rumit dan layanan yang memuaskan. Apabila pelayanan yang diterima sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik. Sebaliknya jika pelayanan yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dianggap buruk. Dengan pelayanan yang baik maka akan terciptanya kepuasan nasabah, kepuasan nasabah dapat menjadikan hubungan antara bank dan nasabah menjadi harmonis yang akan menumbuhkan loyalitas nasabah dan berimbas bagi peningkatan keuntungan bank (Kasmir, 2010). Berdasarkan penelitian terdahulu dari Hastuti (2013), menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan menurut penelitian terdahulu oleh Yusandhi (2012) mengemukakan bahwa pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan. Semakin tinggi tingkat kualitas pelayanan maka akan semakin tinggi pula tingkat kepuasan nasabah.

Bagi Hasil merupakan suatu karakter dari sistem perbankan syariah. Menurut Antonio (2001:90) Bagi hasil adalah suatu sistem pengolahan dana dalam perekonomian Islam yakni pembagian hasil usaha antara pemilik modal (*shahibul maa'*) dan

pengelola (*Mudharib*). Besar kecilnya imbal hasil yang didapat nasabah sesuai dengan keuntungan bank. Apabila bank mendapatkan keuntungan yang besar, maka nasabah juga akan mendapatkan bagi hasil yang besar. Berbeda dengan bank konvensional, dimana keuntungan banknya tidak dibagikan kepada nasabahnya. Karena itu, tidak peduli berapapun jumlah keuntungan bank konvensional, nasabah tetap hanya akan dibayar sesuai dengan persentase dari dana yang disimpannya saja. (aceh.tribunnews.com). Berdasarkan penelitian terdahulu dari Rianty (2017), menyatakan bahwa bagi hasil berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan mudharabah Bank Syariah Mandiri di wilayah Tangerang Selatan. Sedangkan menurut penelitian terdahulu dari Faradita (2018) mengemukakan bahwa bagi hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Selain pelayanan dan bagi hasil, periklanan juga penting dalam meningkatkan kepuasan nasabah. Periklanan adalah sarana yang digunakan oleh bank guna menginformasikan, segala sesuatu produk yang dihasilkan oleh bank. Tujuan promosi lewat iklan adalah berusaha untuk menarik dan mempengaruhi calon nasabahnya. Penggunaan promosi dengan iklan dapat dilakukan dengan berbagai media seperti brosur, melalui koran, majalah, televisi, radio dan media lainnya. Berdasarkan penelitian terdahulu dari Apriyanti (2015) menyatakan bahwa, iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan penelitian terdahulu oleh Ahmad (2011) mengemukakan bahwa

periklanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dan variabel periklanan menjadi variabel yang paling dominan mempengaruhi nasabah PT. BPR Laksana Abadi Sunggal. Faktor pelayanan, bagi hasil dan periklanan menjadi penentu terhadap eksistensi dan perkembangan suatu perusahaan. Karena dengan memberikan pelayanan yang berkualitas, bagi hasil yang kompetitif dan periklanan yang menarik maka nasabah akan merasa puas dan memberikan umpan balik berupa loyalitas nasabah.

Berdasarkan latar belakang permasalahan maka penulis ingin mengetahui bagaimana **“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Tabungan Firdaus Pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah adalah sebagai berikut :

1. Apakah pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah tabungan firdaus?
2. Apakah bagi hasil berpengaruh terhadap kepuasan nasabah tabungan firdaus?
3. Apakah periklanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah tabungan firdaus?
4. Apakah pelayanan, bagi hasil dan periklanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan nasabah tabungan firdaus?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pokok permasalahan yang penulis rumuskan diatas maka tujuan yang ingin dicapai dari hasil penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan terhadap kepuasan nasabah tabungan Firdaus.
2. Untuk mengetahui pengaruh bagi hasil terhadap kepuasan nasabah tabungan Firdaus.
3. Untuk mengetahui pengaruh periklanan terhadap kepuasan nasabah tabungan Firdaus.
4. Untuk mengetahui pengaruh faktor pelayanan, bagi hasil dan periklanan secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah tabungan Firdaus.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait, terutama bagi

1. Bagi Penulis

Penelitian diharapkan mampu menjadi sarana pembelajaran bagi peneliti. Selain itu juga sebagai sarana pendalaman materi yang telah di dapat dari kegiatan perkuliahan.

2. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan informasi dan referensi bagi peneliti selanjutnya untuk meningkatkan ilmu

yang berkaitan dengan pelayanan bank syariah dan kepuasan nasabah.

3. Bagi Bank Syariah

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan masukan bagi Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh sebagai sarana untuk mengetahui kepuasan nasabah, dengan mengetahui besarnya tingkat kepuasan nasabah, diharapkan dapat meningkatkan kinerja karyawan yang lebih baik.

1.5 Sistematika Pembahasan

Penelitian ini disusun ke dalam lima bab dengan sistematika pembahasan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini mengurai argumentasi terhadap pentingnya penelitian ini. Bab ini mencakup latar belakang masalah sebagai landasan pembahasan, pokok masalah untuk memfokuskan pembahasan, tujuan dan manfaat penelitian mencakup alasan pentingnya penelitian ini, serta sistematika pembahasan untuk memudahkan pengecekan bagian-bagian penelitian pendahuluan.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Bab ini memuat penelitian-penelitian terdahulu untuk dijadikan acuan peneliti dalam penulisan penelitian, kerangka teoritik membahas tinjauan teoritis, hubungan antara teori-teori yang digunakan dalam penelitian, kerangka pemikiran berisi kesimpulan dan telaah literature yang digunakan untuk menyusun

asumsi yang selanjutnya dihubungkan dengan hipotesis yang dirumuskan, informasi mengenai variabel-variabel penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini berisi jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, skala pengukuran, definisi konsep dan operasional, instrumen penelitian, uji instrumen penelitian, dan alat analisis.

BAB IV : HASIL dan PEMBAHASAN

Bab ini berisikan gambaran umum objek penelitian dalam hal ini adalah Bank Syariah, pembahasan yang berisi tentang hasil analisis dari pengolahan data dari selanjutnya dilakukan pembahasan mengenai pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen berdasarkan hasil dari penelitian.

BAB V : PENUTUP

Dalam bab ini menyimpulkan hasil dari penelitian yang telah dibahas dalam bab sebelumnya, keterbatasan penelitian serta saran yang diperlukan untuk dikemukakan.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Kepuasan Nasabah

2.1.1 Kepuasan

Menurut Lovelock dan Wirtz (2011:74) kepuasan adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi konsumen. Kepuasan nasabah merupakan hal penting bagi penyelenggara jasa, karena nasabah akan menyebarkan rasa puasnya ke calon nasabah, sehingga akan menaikkan reputasi si pemberi jasa. Kepuasan disebabkan karena adanya interaksi antara harapan dan kenyataan. Sebaliknya apa yang diterima nasabah seperti yang diharapkan adalah faktor yang menentukan kepuasan. Nasabah yang puas akan setia lebih lama tanpa memikirkan harga dan memberikan komentar yang baik tentang perusahaan.

2.1.2 Nasabah

Menurut (Rianto, 2010:189) definisi nasabah adalah orang atau badan hukum yang mempunyai rekening baik rekening simpanan atau pinjaman pada pihak bank. Sehingga nasabah merupakan orang yang biasa berhubungan dengan atau menjadi

pelanggan bank. Definisi nasabah menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perubahan diatur perihal nasabah yang terdiri dari dua pengertian yaitu:

- a. Nasabah Penyimpan adalah nasabah yang menempatkan dananya di bank dalam bentuk simpanan berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan.
- b. Nasabah Debitur adalah nasabah yang memperoleh fasilitas kredit atau pembiayaan berdasarkan Prinsip Syariah atau yang dipersamakan dengan itu berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan.

2.1.3 Pengertian Kepuasan Nasabah

Salah satu tujuan utama perusahaan khususnya perusahaan jasa dalam hal ini adalah bank adalah untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Kepuasan nasabah adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Kepuasan nasabah sebagai hasil penilaian nasabah terhadap apa yang diharapkannya dengan membeli dan mengkonsumsi suatu produk/jasa. Kemudian harapan tersebut dibandingkan dengan kinerja yang diterimanya dengan mengkonsumsi produk/jasa tersebut. Apakah keinginan yang diterimanya lebih besar (minimal sama) daripada harapannya, maka pelanggan puas, sebaliknya kinerja yang diberikan dari pemakaian

produk/jasa tersebut lebih kecil daripada apa yang diharapkan maka pelanggan tidak akan puas.

Definisi kepuasan menurut Engel (1994:409) bahwa : “kepuasan nasabah merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil yang sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan nasabah.” Sedangkan menurut Kotler dan Keller (2009:138) kepuasan nasabah adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang di persepsikan produk (hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja sesuai ekspektasi, nasabah akan puas. Jika kinerja tidak sesuai ekspektasi, nasabah tidak puas. Dan jika kinerja melebihi ekspektasi, maka nasabah akan sangat puas dan senang.

Kepuasan nasabah menyatakan bahwa kepuasan dan ketidakpuasan adalah respon nasabah terhadap evaluasi kesesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dengan kinerja *actual* produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. Variabel utama yang menentukan kepuasan nasabah, yaitu *expectation* (apa yang diharapkan) dan *perceived performance* (pelayanan yang diterima). Apabila *perceived performance* melebihi *expectation* maka nasabah akan merasa puas, tetapi apabila sebaliknya yaitu *perceived performance* jauh di bawah *expectation* maka nasabah akan merasa tidak puas. Seorang nasabah yang puas adalah nasabah yang merasa mendapat *value* (nilai) dari produsen atau penyedia

jasa. Nilai ini bisa berasal dari produk, pelayanan, sistem atau sesuatu yang bersifat emosi. Jika nasabah mengatakan bahwa nilai adalah produk yang berkualitas maka kepuasan akan terjadi kalau nasabah mendapatkan produk yang berkualitas.

2.1.4 Pengukuran Kepuasan Nasabah

Agar kita tahu bahwa nasabah puas atau tidak puas berhubungan dengan bank, maka perlu adanya alat ukur untuk menentukan kepuasan nasabah. Dalam menentukan seberapa besar kepuasan nasabah terhadap suatu bank dilakukan berbagai cara. Menurut Kotler pengukuran kepuasan pelanggan dapat dilakukan melalui empat sarana, yaitu:

1. Sistem keluhan dan usulan

Artinya, seberapa banyak keluhan atau complain yang dilakukan nasabah dalam suatu periode, makin banyak berarti makin kurang baik demikian pula sebaliknya. Untuk itu perlu adanya sistem dalam menangani keluhan dan usulan.

2. Survei kepuasan konsumen

Dalam hal ini bank perlu secara berkala melakukan survei baik melalui wawancara maupun kuesioner tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan bank tempat nasabah melakukan transaksi selama ini. Untuk itu perlu adanya survey kepuasan konsumen.

3. Konsumen samaran

Bank dapat mengirim karyawannya atau melalui orang lain untuk berpura-pura menjadi nasabah guna melihat pelayanan yang diberikan oleh karyawan bank secara langsung, sehingga terlihat jelas bagaimana karyawan melayani nasabah sesungguhnya.

4. Analisis mantan pelanggan

Dengan melihat catatan nasabah yang pernah menjadi nasabah bank guna mengetahui sebab-sebab mereka tidak lagi menjadi nasabah bank kita.

2.1.5 Indikator Kepuasan Nasabah

Menurut Madona (2017) ada beberapa indikator kepuasan nasabah sebagai berikut:

1. Kepuasan Nasabah Keseluruhan (*overall customer service*)

Indikator yang menunjukkan tingkat kepuasan nasabah terhadap penyedia jasa secara keseluruhan.

2. Dimensi Kepuasan Nasabah

Nasabah menilai dari produk/jasa bank berdasarkan item-item seperti kecepatan pelayanan, keramahan pegawai dalam melayani pelanggan, fasilitas layanan, pembagian bagi hasil, dan iklan dalam mempromosikan suatu produk menarik.

3. Konfirmasi Harapan (*confirmation of expectation*)

Indikator yang menunjukkan kesesuaian produk atau jasa yang ditawarkan dengan pengharapan nasabah sebagaimana dipersepsikan oleh nasabah.

4. Niat Beli Ulang (*repurchase intention*)

Pengalaman yang dirasakan terhadap pelayanan yang diberikan serta minat untuk berbelanja/menggunakan jasa bank kembali.

5. Kesiediaan Untuk Merekomendasi (*willingness to recommend*)

Indikator yang menunjukkan kesediaan nasabah untuk mempromosikan/merekomendasikan kepada orang lain berdasarkan pengalaman masa lalu.

2.2 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah

Faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah yaitu kepuasan saat menggunakan produk atau jasa pelayanan bank, yang di pengaruhi oleh perbedaan harapan dan keinginan terhadap kinerja yang dirasakan. Apabila produk atau pelayanan yang dirasakan atau yang diterima sesuai yang diharapkan, maka pelayanan dapat diasumsikan baik atau memuaskan. Sebaliknya, apabila pelayanan yang dirasakan atau yang diterima tidak sesuai dengan yang diharapkan dan inginkan, maka pelayanan dapat diasumsikan buruk atau tidak memuaskan. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah. Akan tetapi dalam penelitian ini peneliti hanya menggunakan beberapa faktor saja diantaranya faktor pelayanan, bagi hasil, dan periklanan.

Dalam penelitian ini ada tiga faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah di antaranya sebagai berikut:

2.2.1 Faktor Pelayanan

a. Pengertian Pelayanan

Pelayanan adalah sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada nasabah (Kasmir, 2011:15). Adapun pengertian lain dari pelayanan secara umum adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan nasabah, melalui pelayanan yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah. Pelayanan merupakan kegiatan pemberian jasa dari salah satu pihak kepada pihak lainnya. Pelayanan yang baik adalah pelayanan yang ramah, adil, cepat, tepat dan dengan etika yang baik sehingga memenuhi kebutuhan dan kepuasan penerimanya.

Pelayanan dapat juga diartikan setiap kegiatan membantu, menolong, memudahkan, menyenangkan dan manfaat bagi orang lain. Pelayanan nasabah adalah rangkaian kegiatan sikap dan perilaku petugas bank dalam menerima kehadiran atau komunikasi dengan nasabah secara langsung maupun tak langsung. Dari pengertian diatas dapatlah disimpulkan sebagai berikut:

1. Adanya rangkaian kegiatan sikap dan perilaku petugas bank.
2. Adanya komunikasi dengan nasabah.
3. Bertujuan untuk membantu menolong dan menyenangkan konsumen (nasabah) atau memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah.

b. Etika Pelayanan

Ada beberapa karakter yang harus dimiliki oleh petugas bank dalam melakukan pelayanan kepada nasabah, diantaranya adalah:

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

c. Proses Pelayanan

Dalam proses pelayanan ada tiga hal penting yang harus diperhatikan, yaitu:

1. Penyedia layanan

Penyedia layanan adalah pihak yang dapat memberikan suatu layanan tertentu kepada konsumen, baik berupa layanan dalam bentuk penyediaan dan penyerahan barang atau jasa. Dalam praktiknya, para pelaku bisnis seringkali mengartikan penyedia layanan sebagai pihak yang mampu memberikan nilai tambah yang nyata kepada konsumen, baik dalam bentuk barang maupun jasa.

2. Penerima layanan

Penerima layanan adalah mereka yang disebut sebagai konsumen atau pelanggan yang menerima layanan dari para penyedia layanan. Dalam praktiknya para pelaku bisnis

seringkali mengartikan penerima layanan sebagai pihak yang menerima suatu nilai tambah nyata dari penyedia layanan.

3. Jenis dan bentuk layanan

Jenis layanan dapat diberikan oleh penyedia layanan kepada pihak yang membutuhkan layanan terdiri dari berbagai macam, antara lain berupa layanan yang berkaitan dengan:

- a.) Pemberian jasa-jasa saja.
- b.) Layanan yang berkaitan dengan penyediaan dan distribusi barang-barang saja.
- c.) Layanan yang berkaitan dengan kedua-duanya.

d. Indikator Pelayanan

Menurut Khoironi (2010) bahwa jasa atau layanan memiliki beberapa karakteristik utama yaitu:

1. *Tangibles* (Bukti langsung) yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya pada pelanggan. Seperti yang dapat ditunjukkan dengan adanya bukti fisik berupa gedung, mesin ATM, karyawan yang berpenampilan rapi dan professional, sarana dan prasarana lainnya.
2. *Reliability* (Keandalan) yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Seperti pegawai memberikan sambutan yang baik pada saat nasabah datang, waktu pelayanan yang disediakan sesuai dengan jadwal yang diinformasikan, pegawai bersikap simpatik dalam menghadapi

masalah/komplain nasabah, memberikan layanan yang baik dan menyimpan data secara benar dan akurat.

3. *Responsiveness* (Ketanggapan) yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsive*) dan tepat kepada pelanggan/nasabah dengan penyampaian informasi yang jelas. Pelaku bisnis bersifat tanggap akan melahirkan suatu sikap inovatif dan tidak akan ada waktu yang terbuang. Islam menganjurkan setiap pelaku bisnis untuk bersikap profesional yakni dapat bekerja secara cepat tepat, serta menyampaikan informasi yang akurat dan dapat dipercaya sehingga tidak menyalah-nyai amanat yang menjadi tanggung jawabnya.
4. *Assurance* (Jaminan) yaitu kemampuan pegawai bank untuk menumbuhkan rasa percaya para nasabah pada bank. Jaminan ini dapat ditunjukkan melalui pegawai yang memiliki pengetahuan yang cukup sehingga mampu menjawab pertanyaan dari nasabah, kesopanan santunan, rasa aman, dan rasa percaya.
5. *Emphaty* (Perhatian), yaitu perhatian yang tulus dari pegawai yang diberikan kepada pelanggan serta yang ditunjukkan dengan kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para nasabah. Perhatian yang diberikan kepada pelanggan hendaknya dilandasi dengan keimanan dalam rangka

menjalankan segala perintah Allah supaya berbuat baik kepada orang lain.

2.2.2 Faktor Bagi Hasil

a. Pengertian Bagi Hasil

Bagi hasil adalah bentuk *return* (perolehan kembaliannya) dari kontrak investasi, dari waktu ke waktu, tidak pasti dan tidak tetap. Besar kecilnya perolehan kembali itu bergantung pada hasil usaha yang benar-benar terjadi. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa sistem bagi hasil merupakan salah satu praktik perbankan syariah (Karim:2004).

Menurut Budiyo (2013) Bagi hasil merupakan salah satu daya tarik nasabah untuk tetap menabung, karena didalam bagi hasil mencerminkan nilai keadilan. Bagi hasil adalah kesepakatan kedua belah pihak. Oleh karena itu, diharapkan nasabah merasa puas atas bagi hasil yang disepakati dan yang diberikan. Nisbah keuntungan harus didasarkan dalam bentuk persentase antara kedua belah pihak, bukan dinyatakan dalam nilai nominal rupiah tertentu. Nisbah keuntungan itu misalnya 50:50%, 70:30%, 60:40% atau 55:45%. Jadi nisbah keuntungan ditentukan berdasarkan kesepakatan, bukan berdasarkan porsi setoran modal.

Dalam sistem Bank Syariah memerankan fungsi ganda, pada tahap funding ia akan berperan sebagai *mudharib* oleh karenanya dana yang terkumpul harus dikelola secara optimal, namun pada financing bank syariah akan berperan selaku *shahibul maal*

karenanya ia harus menginvestasikan dananya pada usaha-usaha yang halal dan menguntungkan. (Ridwan, 2005:120).

Menurut Antonio (2001:37) berpendapat bahwa perbedaan antara sistem ekonomi islam dengan sistem ekonomi lainnya adalah terletak pada penerapan bunga. Dalam ekonomi islam bunga dinyatakan sebagai riba yang diharamkan oleh syariah islam. Sehingga dalam ekonomi islam bunga tidak diterapkan tetapi di gantikan dengan bagi hasil yang berbasis syariah islam yang diharamkan untuk dilakukan. Sehingga dengan adanya bagi hasil kedua belah pihak akan diuntungkan tidak ada pihak yang dirugikan.

b. Indikator Bagi Hasil

Menurut Zawir (2005:55) terdapat tiga macam indikator bagi hasil yang terdiri dari:

1. Kejelasan besarnya nisbah bagi hasil

Penentuan nisbah bagi hasil harus ditentukan dan disetujui pada awal perjanjian dengan pendoman pada kemungkinan untung atau rugi.

2. Manfaat dari bagi hasil.

Nasabah akan mendapat manfaat dari bagi hasil yang diterima. Bagi hasil akan memberikan manfaat berupa investasi yang halal sehingga nasabah yang melakukan transaksi di Bank Syariah akan mendapatkan kenyamanan dengan sistem bagi hasil yang diberikan. Hal ini dikarenakan

sistem bagi hasil merupakan sistem pembagian keuntungan yang menjauhi riba.

3. Bagi hasil yang kompetitif

Besarnya bagi hasil dihitung berdasarkan keuntungan yang diperoleh, keadilan dalam pembagian keuntungan merupakan salah satu prinsip dalam menghitung bagi hasil sehingga nasabah merasa nyaman dengan sistem bagi hasil.

2.2.3 Faktor Periklanan (*Advertising*)

a. Pengertian Periklanan

Iklan adalah sarana promosi yang digunakan oleh bank guna menginformasikan segala sesuatu produk yang dihasilkan oleh bank (Kasmir, 2010:156). Periklanan merupakan suatu bentuk komunikasi tidak langsung yang didalamnya terdapat informasi tentang keunggulan suatu produk, yang disusun sedemikian rupa sehingga menimbulkan rasa menyenangkan dan akan mengubah pikiran seseorang untuk melakukan pembelian. Kunci utama periklanan adalah bahwa iklan harus menggugah perhatian calon konsumen terhadap produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan. Para konsumen potensial dibuat untuk memerhatikan dan peduli terhadap produk yang memberikan manfaat bagi mereka yang akan memberikan alasan bagi mereka untuk membeli. Periklanan juga penting untuk menghubungkan konsumen yang sudah ada dan mengingatkan mereka akan alasan dalam memilih produk yang diiklankan.

Periklanan memberikan perusahaan kesempatan untuk mengembangkan satu merek dan satu identitas. Iklan pada dasarnya perlu mengaitkan tren masa kini dan menjual produk dengan pendekatan individual terhadap konsumen sejalan dengan keinginan perusahaan secara keseluruhan. Jika suatu iklan berhasil, hal tersebut dapat membantu konsumen dan membangun hubungan antara perusahaan dan konsumen (Hermawan, 2012:72).

b. Ciri-Ciri Periklanan

Menurut Rianto (2012:174) Ciri-ciri yang terdapat dari suatu periklanan adalah:

1. *Public presentantion* (penyajian di muka umum)

Iklan merupakan suatu sarana komunikasi yang sangat bersifat umum dan menawarkan pesan yang sama kepada banyak orang.

2. *Pervasiveness* (penyerahan menyeluruh)

Iklan merupakan medium yang diserap secara menyeluruh dan memungkinkan pihak perusahaan untuk mengulangi pesannya itu berulang-ulang, diharapkan dengan pengulangan pesan tersebut memberikan pengaruh yang signifikan terhadap konsumen.

3. *Expressiveness* (daya tangkap yang kuat)

Periklanan memberikan peluang untuk menampilkan perusahaan serta produknya dengan cara yang amat

mengesankan dengan penggunaan cetakan, bunyi dan warna secara pandai.

4. *Impersonality* (kurang kepribadian)

Periklanan senantiasa bersifat umum, sehingga daya menyakinkan dan mengungkapkan tentang produk tersebut secara rinci masih dirasakan kurang. Oleh karenanya iklan masih kurang mampu menyentuh konsumen secara personal.

c. Macam-Macam Media Periklanan

Penggunaan promosi dengan iklan dapat dilakukan dengan berbagai media, seperti:

1. Pemasangan billboard (papan nama) di jalan-jalan strategis.
2. Pencetakan brosur baik disebarakan disetiap cabang atau pusat-pusat perbelanjaan.
3. Pemasangan spanduk dilokasi tertentu yang strategis.
4. Melalui Koran.
5. Melalui majalah.
6. Melalui televisive.
7. Melalui radio.
8. Dan menggunakan media lainnya.

Agar iklan yang dijalankan efektif dan efisien, maka perlu dilakukan program pemasaran yang tepat. Dalam praktiknya program periklanan yang harus dilalui adalah sebagai berikut:

1. Identifikasikan pasar sasaran dan motif pembeli.

2. Tentukan misi yang menyangkut sasaran penjualan dan tujuan periklanan.
3. Anggaran iklan yang ditetapkan.
4. Merancang pesan yang akan disampaikan.
5. Memilih media yang akan digunakan.
6. Mengukur dampak dari iklan.

d. Tujuan Penggunaan Iklan

Tujuan penggunaan dan pemilihan media iklan tergantung dari tujuan bank. Tiap-tiap media mempunyai tujuan yang berbeda. Sedikitnya ada empat macam tujuan penggunaan iklan sebagai media promosi, yaitu:

1. Untuk pemberitahuan segala sesuatu yang berkaitan dengan produk dan jasa bank yang dimiliki oleh suatu bank. Seperti peluncuran produk baru, manfaat produk, atau dimana dapat diperoleh, keuntungan dan kelebihan suatu produk, atau informasi lainnya. Iklan juga bertujuan untuk memberitahukan tentang pembukaan cabang baru atau penggunaan teknologi baru.
2. Untuk mengingatkan kembali kepada nasabah tentang keberadaan atau keunggulan jasa bank yang ditawarkan. Biasanya karena banyak saingan yang masuk sehingga perlu diingatkan agar nasabah kita tidak beralih ke bank lain.
3. Untuk menarik perhatian dan minat para nasabah baru dengan harapan akan memperoleh daya tarik dari para calon nasabah. Diharapkan mereka mencoba untuk membeli atau menggunakan

produk yang ditawarkan atau paling tidak mereka sudah mengerti tentang kehadiran produk.

4. Mempengaruhi nasabah saingan agar berpindah ke bank yang mengiklankan. Dalam hal ini sasarannya adalah nasabah yang sudah mengerti dan sudah menjadi nasabah kita. Diharapkan nasabah bank lain juga ikut terpengaruh dengan peringatan kita.
5. Membangun citra perusahaan untuk jangka panjang, baik untuk produk yang dihasilkan maupun nama perusahaan.

e. Indikator Periklanan

Menurut Kotler dan Armstrong (2008:157) untuk mengukur variabel *advertising*, digunakan indikator-indikator sebagai berikut:

1. Penemuan informasi tentang produk/perusahaan dari berbagai media mudah.
2. Design media yang digunakan menarik.
3. Informasi yang disampaikan dalam berbagai media jelas.
4. Pesan yang terkandung dalam berbagai media dapat dipercaya.

2.3 Tabungan Firdaus

2.3.1 Pengertian Tabungan Firdaus

Tabungan Firdaus merupakan akronim dari fitrah dalam usaha syariah, yang bermakna bahwa dengan tabungan ini bank dan nasabah akan melakukan kerjasama secara syariah yang fitrah yang tentunya pada akhirnya akan membawa hasil yang halal, berkah, dan bertambah. Tabungan Firdaus merupakan pilihan tepat untuk

investasi berprinsip syariah yang dapat digunakan setiap saat. Tabungan Firdaus merupakan salah satu produk Tabungan Bank Aceh dimana pemilik dana memberikan kepercayaan penuh kepada Bank untuk mengelola dananya dengan pembagian nisbah/bagian yang telah disepakati sebelumnya (Bank Aceh, 2019).

2.3.2 Rukun Dan Syarat Tabungan Firdaus

Rukun Tabungan Firdaus:

1. Pemilik modal (*Shahibul Maal*)
2. Pengelola (*Mudharib*)
3. Modal (*Maal*)
4. Proyek/usaha
5. Keuntungan/nisbah
6. Ijab qabul

Syarat Tabungan Firdaus:

- a. Orang yang terikat dalam akad cakap hukum
- b. Syarat modal yang digunakan harus:
 1. Berbentuk uang (bukan barang)
 2. Jelas jumlahnya
 3. Tunai (bukan berbentuk hutang)
 4. Langsung diserahkan ke *mudharib* (Bank Aceh, 2019).

2.3.3 Keunggulan Tabungan Firdaus

Ada beberapa keunggulan dari produk tabungan firdaus antara lain:

1. Aman dan terpercaya
2. Transaksi ATM Bank Aceh dapat dilakukan di luar negeri (Malaysia, melalui jaringan ATM MEPS)
3. Bebas Transfer antar rekening Bank Aceh
4. Bagi hasil yang kompetitif
5. Bebas biaya administrasi pembukuan
6. Biaya penutupan rekening sebesar Rp 25.000,-
7. Kemudahan dalam penyaluran zakat, infaq dan sedeqah
8. Diikutsertakan dalam program penjaminan pemerintah
9. Dapat dijadikan jaminan pembiayaan (Bank Aceh, 2019).

2.3.4 Penyetoran dan Penarikan

1. Penyetoran dan Penarikan dapat dilakukan saat kas buka pada semua cabang Bank Aceh Syariah.
- 2 Setoran pertama minimal Rp. 20.000,-(dua puluh ribu rupiah) dan setoran selanjutnya sekurang-kurangnya Rp. 10.000,- (sepuluh ribu rupiah).
- 3 Penarikan dapat dilakukan setiap hari kerja selama Kas Buka dengan saldo tersisa tersisa sekurang-kurangnya Rp. 10.000,- (sepuluh ribu rupiah).
- 4 Penarikan dapat dilakukan di Kantor Pusat, Kantor Cabang, Cabang Pembantu, Kantor Kas Bank Aceh Syariah di seluruh Aceh.

- 5 Penarikan yang dilakukan oleh bukan penabung sendiri, harus dilengkapi dengan surat kuasa dari penabung dengan bermaterai secukupnya (Bank Aceh, 2019).

2.3.5 Penutupan Tabungan Firdaus

1. Penabung berhak setiap saat menutup rekening tabungannya selama kas buka pada cabang penerbit
2. Penutupan secara otomatis karena saldo menjadi nihil akan dilakukan oleh Bank Aceh Syariah tanpa pemberitahuan kepada penabung (Bank Aceh, 2019).

2.4 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan suatu acuan dalam menganalisa suatu penelitian, maka perlu adanya sumber penelitian terdahulu yang dapat menjadi pembanding, adapun beberapa penelitian terdahulu dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Budiyono (2013)	Analisis Pengaruh Bagi Hasil dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus Pada	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan metode analisis data dianalisis dengan regresi linier berganda	Hasil menunjukkan bahwa secara parsial variabel jaminan, bukti fisik dan kepatuhan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan

Tabel 2.1 Lanjutan

No	Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
		Perbankan Syariah Kota Semarang		nasabah, sedangkan variabel keandalan, ketanggapan, perhatian dan bagi hasil tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah bank syariah
2	Hastuti (2013)	Kualitas Pelayanan dan Pola Bagi Hasil terhadap Kepuasan Nasabah Penyimpan Pada Bank Syariah	Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan pola bagi hasil berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah
3	Pratiwi (2016)	Pengaruh Bukti Fisik dan Media Iklan terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan PT. Bank Jawa Barat dan Banten Syariah Kantor Cabang Pembantu Arcamanik	Penelitian ini metode yang digunakan adalah metode deskriptif dan verifikatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa bukti fisik dan media iklan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, besarnya tanggapan nasabah mengenai media iklan sangat berpengaruh terhadap kepuasan

Tabel 2.1 Lanjutan

No	Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
		Bandung		nasabah.
4	Rianty (2017)	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Bagi Hasil terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Mudharabah (Studi Kasus Pada PT. Bank Syariah Mandiri Di Wilayah Tangerang Selatan)	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, yang menggunakan desain survey	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan bagi hasil berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan mudharabah Bank Syariah Mandiri di wilayah Tangerang selatan
5	Faradita (2018)	Pengaruh Bagi Hasil (Nisbah) dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Bank Bpd Kaltimtaras Syariah (Studi Kasus Pada Bank Bpd Kaltimtaras Kcps Harapan Baru Samarinda)	Penelitian ini menggunakan metode paradigma kuantitatif.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa bagi hasil dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank BPD Kaltimtaras Syariah

Sumber : Data diolah (2019)

Budiyo (2013). Membahas mengenai bagi hasil dan kualitas pelayanan. Persamaan penelitian ini adalah menggunakan

metode kuantitatif dan data dianalisis dengan regresi linear berganda. Perbedaannya terletak pada objek penelitian yang digunakan, peneliti pada Bank Aceh Syariah cabang Banda Aceh sedangkan budiyono pada Perbankan Syariah kota Semarang. Dan teknik sampling yang digunakan juga berbeda, peneliti menggunakan *purposive sampling* sedangkan budiyono menggunakan *convenience random sampling*.

Hastuti (2013). Membahas mengenai kualitas pelayanan dan pola bagi hasil. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, berdasarkan analisis data menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan pola bagi hasil berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Persamaannya adalah penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Namun penelitian ini juga terdapat perbedaan yaitu objek penelitian. Perbedaan lainnya penelitian ini hanya menjelaskan kualitas pelayanan dan pola bagi hasil tidak dengan periklanan.

Pratiwi (2016). Membahas tentang variabel bukti fisik dan media iklan. Metode yang digunakan adalah deskriptif dan verifikatif. Persamaan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan variabel iklan yang membedakan peneliti juga membahas tentang pelayanan dan bagi hasil. Dan pada penelitian pratiwi berfokus pada seluruh produk tabungan sedangkan peneliti hanya berfokus pada produk tabungan firdaus. Perbedaan lainnya juga terdapat objek penelitian. Peneliti mengambil objek penelitian pada Bank Aceh Syariah sedangkan pratiwi pada Bank Jawa Barat

Dan Banten Syariah Kantor Cabang Pembantu Arcamanik Bandung.

Rianty (2017). Membahas mengenai kualitas pelayanan dan bagi hasil terhadap kepuasan nasabah. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, yang menggunakan desain survey. Hasil penelitian oleh rianty menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan bagi hasil berpengaruh signifikan. Persamaan penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Perbedaannya terletak pada objek penelitian yang berbeda. Perbedaan lainnya adalah teknik sampling yang digunakan, peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* sedangkan rianty menggunakan teknik *non probability sampling*.

Faradita (2018). Membahas mengenai bagi hasil (nisbah) dan kualitas pelayanan. Berdasarkan analisis data menunjukkan bahwa secara parsial bagi hasil dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Persamaan penelitian ini adalah menggunakan metode kuantitatif dan pengambilan sampel yang dilakukan dengan teknik *purposive sampling*. Namun penelitian ini juga terdapat perbedaan yaitu objek penelitian yang digunakan berbeda. Perbedaan lainnya penelitian ini hanya menjelaskan kualitas pelayanan dan pola bagi hasil tidak dengan periklanan.

2.5 Pengaruh Antar Variabel

2.5.1 Pengaruh Faktor Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah

Pelayanan merupakan suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi anatara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan para konsumen/pelanggan. Tujuan dari pelayanan adalah memberikan pelayanan yang dapat memenuhi dan memuaskan pelanggan sehingga akan tetap loyal dan tidak berpindah ke perusahaan yang lain. Hasil penelitian terdahulu oleh Hastuti (2013) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Dan hasil penelitian dari Yusandhi (2012) mengemukakan bahwa pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan. Semakin tinggi tingkat kualitas pelayanan maka akan semakin tinggi pula tingkat kepuasan nasabah.

2.5.2 Pengaruh Faktor Bagi Hasil Terhadap Kepuasan Nasabah

Bagi hasil adalah suatu sistem yang meliputi tata cara pembagian hasil usaha antara penyedia dana dan pengelola dana (Rofiq:2004). Jika bank konvensional membayar bunga kepada nasabahnya, maka bank syariah membayar bagi hasil atas

keuntungan sesuai dengan kesepakatan. Hasil penelitian terdahulu oleh Windi Hastuti (2013) mengemukakan bahwa bagi hasil berpengaruh positif tetapi tidak signifikan. Dan dari hasil penelitian terdahulu dari penelitian Hastuti (2013) dan Faradita (2018) mengemukakan bahwa bagi hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini berarti sesuai dengan prinsip-prinsip teori ekonomi yaitu semakin tinggi tingkat bagi hasil maka semakin banyak nasabah yang ingin menabung, dengan tingginya minat menabung seseorang maka jumlah tabungan akan meningkat.

2.5.3 Pengaruh Faktor Periklanan Terhadap Kepuasan Nasabah

Suatu perusahaan melakukan promosi untuk memberikan informasi kepada konsumen mengenai produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan. Periklanan adalah bentuk komunikasi tidak langsung, yang didasari pada informasi tentang keunggulan suatu produk yang disusun sedemikian rupa sehingga menimbulkan rasa menyenangkan akan mengubah pikiran seseorang untuk melakukan pembelian. Periklanan merupakan bentuk promosi yang paling banyak digunakan oleh perusahaan dalam mempromosikan produknya. Hasil penelitian Apriyanti (2015) mengemukakan bahwa iklan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah yang menabung di PT. BNI Syariah Kantor Cabang Yogyakarta. Hasil penelitian terdahulu oleh Ahmad (2011) mengemukakan

bahwa periklanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dan variabel periklanan menjadi variabel yang paling dominan mempengaruhi nasabah PT. BPR Laksana Abadi Sunggal

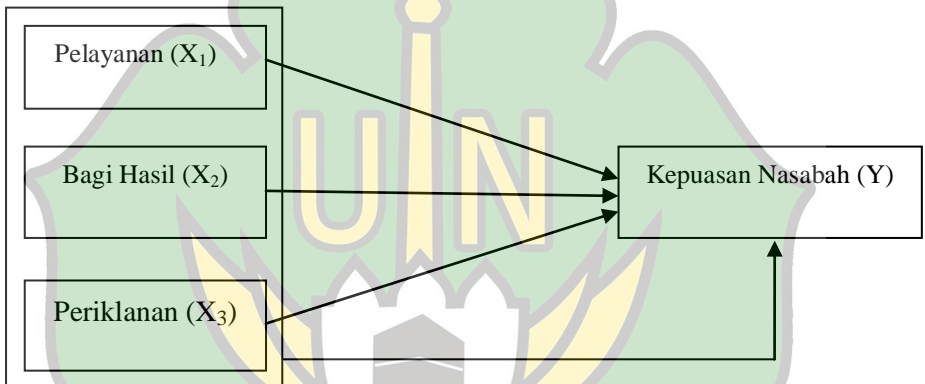
2.5.4 Pengaruh Faktor Pelayanan, Bagi Hasil, dan Periklanan Terhadap Kepuasan Nasabah

Menurut Kotler dan Keller (2009:138) kepuasan nasabah adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang di persepsikan produk (hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja sesuai ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja tidak sesuai ekspektasi, pelanggan tidak puas. Dan jika kinerja melebihi ekspektasi, maka pelanggan akan sangat puas dan senang.

Maka untuk mempertahankan dan meningkatkan nasabahnya maka bank perlu menjaga citra positif perusahaan di mata masyarakat. Untuk mempertahankan citra ini dapat dibangun dengan memberikan pelayanan yang berkualitas, bagi hasil yang kompetitif, dan periklanan yang menarik. Dengan begitu nasabah akan tetap loyal dan tidak akan berpaling ke perusahaan pesaing. Hasil penelitian terdahulu dari penelitian Widi Hastuti (2013) mengemukakan bahwa variabel bagi hasil, iklan, pelayanan, akad, kepercayaan dan citra secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah menabung di mudharabah di BNI Syariah kantor cabang Yogyakarta.

2.6 Kerangka Pemikiran

Dalam penelitian ini dijelaskan mengenai pengaruh pelayanan, bagi hasil dan periklanan terhadap kepuasan nasabah tabungan firdaus bank aceh cabang banda aceh. Dengan demikian kerangka pemikiran dari penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 2.1.



Gambar 2.1
Skema Kerangka Pemikiran

Berdasarkan pada Gambar 2.1 dapat dilihat kerangka pemikiran terdapat dua variabel yaitu variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen). Variabel bebas (independen) yaitu pelayanan, bagi hasil dan periklanan. Pada variabel terikat (dependen) terdapat satu variabel terikat (dependen) yaitu kepuasan nasabah.

2.7 Hipotesis

Menurut Sugiyono (2011:223) hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah biasanya disusun dalam bentuk pertanyaan. Berdasarkan kerangka pemikiran di atas, maka dapat dirumuskan suatu hipotesis yang merupakan dugaan sementara dalam menguji suatu penelitian, yaitu:

- H_{01} : tidak terdapat pengaruh faktor pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Aceh Cabang Banda Aceh.
- H_{a1} : terdapat pengaruh faktor pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Aceh Cabang Banda Aceh.
- H_{02} : tidak terdapat pengaruh faktor bagi hasil terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Aceh Cabang Banda Aceh.
- H_{a2} : terdapat pengaruh faktor bagi hasil terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Aceh Cabang Banda Aceh.
- H_{03} : tidak terdapat pengaruh faktor periklanan terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Aceh Cabang Banda Aceh.
- H_{a3} : terdapat pengaruh faktor periklanan terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Aceh Cabang Banda Aceh.
- H_{04} : tidak terdapat pengaruh faktor pelayanan, bagi hasil, dan periklanan secara simultan terhadap kepuasan nasabah Bank Aceh Cabang Banda Aceh.
- H_{a4} : terdapat pengaruh faktor pelayanan, bagi hasil, dan periklanan secara simultan terhadap kepuasan nasabah Bank Aceh Cabang Banda Aceh.

BAB III

METODELOGI PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Dalam melakukan penelitian, terlebih lagi penelitian kuantitatif, salah satu langkah yang penting ialah membuat desain penelitian. Menurut Sarwono (2006) desain penelitian bagaikan sebuah peta jalan bagi peneliti yang menuntun serta menentukan arah berlangsungnya proses penelitian secara benar dan tepat sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan, tanpa desain yang benar seorang peneliti tidak akan dapat melakukan penelitian dengan baik karena yang bersangkutan tidak mempunyai pedomannya yang jelas. Sedangkan menurut Sukardi (2004:184) desain penelitian merupakan penggambaran secara jelas tentang hubungan antara variabel, pengumpulan data, dan analisis data, sehingga dengan desain yang baik peneliti maupun orang lain yang berkepentingan mempunyai gambaran tentang bagaimana keterkaitan antar variabel, bagaimana mengukurnya, pengaruh dan sebab akibat.

3.1.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Menurut Arikunto (2002:10) Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menuntun menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan dari hasilnya. Demikian

juga pemahaman akan kesimpulan penelitian disertai dengan grafik, bagan atau tampilan lainnya. Dan penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan-hubungan antara satu variabel dengan variable lainnya. Penelitian difokuskan untuk mengetahui pengaruh pelayanan, bagi hasil dan periklanan terhadap kepuasan nasabah tabungan firdaus (Studi Pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh).

3.1.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di PT. Bank Aceh Syariah di Banda Aceh yang beralamat di Jl. Mr. Mohd Hasan Nomor. 89, Batoh, Kecamatan Lueng Bata, Banda Aceh.

3.2 Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2017:117) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian diambil kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah Nasabah Tabungan Firdaus PT. Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh tahun 2018 berjumlah 68.159 orang.

Menurut Sugiyono (2008:62) sampel adalah sebagian dari populasi, terdiri atas sejumlah anggota yang dipilih dari populasi. Karena populasi dalam penelitian ini begitu besar, maka untuk memudahkan pelaksanaan penelitian perlu ditetapkan sampel. Penulis

mengambil sampel dengan menggunakan metode *non-probability sampling* (non-random sampel) dengan menerapkan teknik *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2017:85) *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Sampel dalam penelitian ini yaitu sebagian nasabah tabungan firdaus yang pernah melakukan transaksi di PT. Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh. Adapun kriteria nasabah yang penulis tentukan antara lain:

1. Usia ≥ 18 tahun
2. Nasabah yang menggunakan produk tabungan firdaus pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh
3. Sudah menggunakan tabungan firdaus di Bank Aceh cabang banda aceh ≥ 1 tahun

Untuk menentukan sampel dengan menggunakan rumus Slovin (Umar , 2011:178). Sebagaimana gambar yang di tunjukkan pada Gambar 3.1

Dimana:

$$n = \frac{N}{1+(Ne^2)} \quad (3.1)$$

Keterangan:

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Persen kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel sebesar 10%

Sehingga dalam penelitian ini jumlah sampel dapat ditentukan dengan cara :

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

$$n = \frac{68.159}{1+68.159 (0.1^2)}$$

$n = 99.8$ dibulatkan menjadi 100 sampel.

Gambar 3.1 **Rumus Slovin**

Jadi, dapat disimpulkan jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden pemilik tabungan firdaus di Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh. Teknik sampling yang digunakan adalah purposive sampling. Sampel pada penelitian ini yaitu sebagian nasabah tabungan firdaus yang pernah melakukan transaksi di Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh.

3.3 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

3.3.1 Sumber Data

Menurut Sunyoto (2013:21) dalam penelitian ini ada 2 jenis sumber data yang dapat digunakan oleh peneliti, adapun sumber data dalam penelitian ini meliputi:

1. Data Primer adalah data asli yang diperoleh secara langsung dari responden atau objek yang diteliti untuk menjawab masalah penelitiannya secara khusus. Data primer yang didapat adalah hasil pengisian kuesioner yang dijawab oleh responden yaitu nasabah tabungan firdaus di Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh.

2. Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung. Data sekunder ini dapat bersumber dari catatan yang ada pada perusahaan yaitu dengan mengadakan studi kepustakaan dengan mempelajari buku-buku yang ada hubungannya dengan objek penelitian. Dan data sekunder ini juga dapat diperoleh dari jurnal, majalah, buku, data statistik maupun internet.

3.3.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara-cara yang akan dilakukan untuk memperoleh data dan keterangan-keterangan yang diperlukan dalam penelitian. Pada penelitian ini penulis menggunakan teknik pengumpulan data melalui data kuesioner (angket). Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan cara memberi seperangkat pertanyaan/ Pernyataan tertulis kepada responden untuk menjawabnya (Sugiyono, 2017). Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner tertutup yaitu kuesioner yang sudah disediakan jawabannya. Sehingga responden tinggal memilih dan menjawab secara langsung. Data yang diperoleh lewat penggunaan angket adalah data yang dikategorikan sebagai data faktual.

3.4 Skala Pengukuran

Skala yang digunakan dalam mengukur kuesioner ini menggunakan skala likert. Menurut Sugiyono (2017:93) skala likert merupakan alat untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi

seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian, indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumennya yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Dalam penelitian ini menggunakan pernyataan dengan skala penilaian sebagai berikut:

Tabel 3.1
Skala Penilaian Untuk Pernyataan Positif dan Negatif

No.	Keterangan	Positif	Negatif
1.	Sangat Tidak setuju	1	5
2.	Tidak Setuju	2	4
3.	Kurang Setuju	3	3
4.	Setuju	4	2
5.	Sangat Setuju	5	1

Sumber: Sugiyono (2017:94)

3.5 Definisi Operasionalisasi Variabel

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini dapat diklasifikasikan menjadi:

1. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi, yang menyebabkan timbulnya atau berubahnya variabel terikat.

Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelayanan (X_1), bagi hasil (X_2), dan peiklanan (X_3).

2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi karena adanya variabel bebas. Variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini adalah kepuasan nasabah (Y).

Definisi operasional variabel penelitian ini dapat dilihat pada table berikut ini:

Tabel 3.2
Operasionalisasi Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
1	Pelayanan (X_1)	Tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada nasabah (Kasmir, 2011:15).	1. (<i>Tangible</i>) 2. (<i>Reliability</i>) 3. (<i>Responsivene ss</i>) 4. (<i>Assurance</i>) 5. (<i>Emphaty</i>)	Likert
2	Bagi Hasil (X_2)	Bentuk <i>return</i> dari kontrak investasi, dari waktu ke waktu, tidak pasti dan tidak tetap. Besar kecilnya perolehan kembali itu bergantung pada hasil usaha yang benar-benar terjadi (Karim, 2004)	1. Kejelasan besarnya nisbah bagi hasil 2. Manfaat dari Bagi hasil 3. Bagi Hasil yang kompetitif	Likert
3	Periklanan	Sarana promosi	1. Penemuan	

Tabel 3.2 Lanjutan

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
	(X ₃)	yang digunakan oleh bank guna menginformasikan segala sesuatu produk yang dihasilkan oleh bank tertentu. (Kotler dan Armstrong, 2008).	<p>informasi tentang produk dari berbagai media mudah</p> <p>2. Design media yang digunakan menarik</p> <p>3. Informasi yang disampaikan dalam berbagai media jelas</p> <p>4. Pesan yang terkandung dalam berbagai media dapat dipercaya</p>	Likert
4	Kepuasan Nasabah (Y)	Perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang di persepsikan produk (hasil) terhadap ekspektasi mereka. (Kotler dan Keller, 2009:138)	<p>1. Kepuasan pelanggan keseluruhan (overall customer service)</p> <p>2. Dimensi kepuasan pelanggan</p> <p>3. Konfirmasi harapan (confirmation of expectation)</p> <p>4. Nilai beli ulang (repurchase)</p>	Likert

Tabel 3.2 Lanjutan

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
			intention) 5. Kesedian untuk merekomendasi (willingness to recommend)	

Sumber : Data Diolah (2019)

3.6 Teknik dan Analisis Data

Agar data hasil dari penelitian ini dapat diinterpretasikan lalu ditarik kesimpulan, maka teknik analisis data yang sesuai diperlukan. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda. Analisis regresi linier berganda adalah suatu alat analisis peramalan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan fungsi atau hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih dengan satu variabel terikat. Penelitian ini menggunakan program SPSS dalam proses perhitungannya.

Rumus :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Kepuasan nasabah

a = Konstanta

$b_{1,2,3}$ = Koefisien regresi

X1 = Pelayanan

X2 = Bagi hasil

X3 = Periklanan

e = Error

3.7 Pengujian Validitas dan Reabilitas

3.7.1 Uji validitas

Menurut Sunyoto (2013:85) uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Kuisisioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Besarnya r dapat dihitung dengan menggunakan taraf signifikansi sebesar 5% atau 0,05. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai rhitung dengan rtabel yaitu jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka item pertanyaan/ Pernyataan dinyatakan valid, tetapi jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka item pertanyaan/ Pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid.

3.7.2 Uji Realibilitas

Uji reliabilitas dimaksudkan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dapat dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan/ Pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha (α), yaitu suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha $> 0,60$ (Ghozali:2016). Dalam pengukuran realibilitas, jika kurang dari

0,60 adalah kurang baik, sedangkan 0,70 dapat diterima dan diatas 0,80 adalah baik.

3.8 Pengujian Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik ditujukan agar hasil perhitungan dapat diinterpretasikan dengan akurat yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinieritas, dan heteroskedastisitas.

3.8.1 Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2016:154) Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik memiliki distribusi data yang normal atau mendekati normal. Salah satu cara termudah untuk melihat normalitas adalah dengan melihat histogram yang membandingkan antara observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Artinya kriteria berdistribusi normal apabila tampilan grafiknya menunjukkan pola penyebaran disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal.

3.8.2 Uji multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi yang digunakan ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Uji Multikolinieritas data dapat dilihat

dari besarnya nilai VIP (*Variance Inflation Factor*) dan nilai teloransi. Jika nilai teloransi kurang dari 0,10 atau 10%, artinya tidak ada korelasi antar variabel independen atau tidak terjadi multikolinieritas antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen.

3.8.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Sunyoto (2013:90) dalam persamaan regresi berganda perlu juga diuji mengenai sama atau tidak varian dari residual dari observasi yang satu dengan observasi yang lain jika residualnya mempunyai varian yang sama disebut terjadi Homoskedastisitas dan jika variansnya tidak sama atau berbeda disebut terjadi heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskesdatisitas.

Pengujian heteroskesdatisitas dalam penelitian ini dilakukan dengan melihat grafik plot antara prediksi nilai variabel terikat dengan residualnya. Menurut Ghazoli (2016:134) Kriteria pengambilan keputusan dalam pengujian ini adalah jika pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka telah terjadi heteroskesdatisitas. Sebaliknya jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka sumbu 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi heteroskesdatisitas.

3.9 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan melalui koefisien determinasi, uji secara simultan dan uji secara parsial, berikut uji dalam penelitian ini:

3.9.1 Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2016:95) bahwa koefisien determinasi pada intinya mengukur sejauh mana variabel bebas dapat menjelaskan variabel terikat, baik secara parsial maupun simultan. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai koefisien determinasi yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independent dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Sebaliknya jika nilai koefisien determinasi yang hampir mendekati satu mengandung arti bahwa variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel independen. Untuk menentukan nilai koefisien determinasi dinyatakan dengan nilai Adjusted R Square (Adjusted R^2).

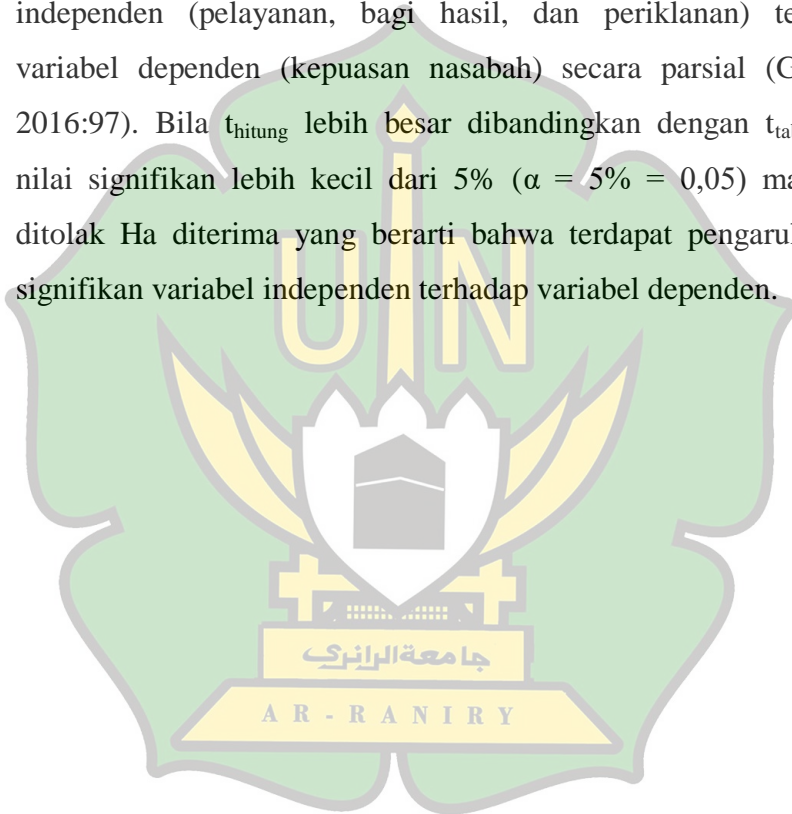
3.9.2 Uji F (Simultan)

Menurut Ghozali (2016:96) uji F (Simultan) adalah suatu uji yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel dependen. Bila nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau tingkat signifikannya lebih kecil dari 5% atau 0,05 maka ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti terdapat pengaruh yang

signifikan antara variabel independen (pelayanan, bagi hasil, dan periklanan) terhadap variabel dependen (kepuasan nasabah).

3.9.3 Uji t (Uji Parsial)

Uji t yaitu suatu uji untuk mengetahui pengaruh variabel independen (pelayanan, bagi hasil, dan periklanan) terhadap variabel dependen (kepuasan nasabah) secara parsial (Ghozali, 2016:97). Bila t_{hitung} lebih besar dibandingkan dengan t_{tabel} atau nilai signifikan lebih kecil dari 5% ($\alpha = 5\% = 0,05$) maka H_0 ditolak H_a diterima yang berarti bahwa terdapat pengaruh yang signifikan variabel independen terhadap variabel dependen.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.1 Sejarah Bank Aceh Syariah

Gagasan untuk mendirikan Bank milik Pemerintah Daerah di Aceh tercetus atas prakarsa Dewan Pemerintah Daerah Peralihan Provinsi Atjeh (sekarang disebut Pemerintah Provinsi Nanggroe Aceh Darussalam). Setelah mendapat persetujuan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah peralihan Provinsi Aceh di Kutaraja (sekarang Banda Aceh) dengan Surat Keputusan Nomor 7/DPRD/5 tanggal 7 September 1957, beberapa orang mewakili Pemerintah Daerah menghadap Mula Pangihutan Tamboenan, wakil Notaris di Kutaraja, untuk mendirikan suatu Bank dalam bentuk Perseroan Terbatas yang bernama “PT Bank Kesejahteraan Atjeh, NV” dengan modal dasar ditetapkan Rp 25.000.000.

Setelah beberapa kali perubahan Akte, barulah pada Tanggal 2 Februari 1960 diperoleh izin dari Menteri Keuangan dengan Surat Keputusan No. 12096/BUM/II dan Pengesahan Bentuk Hukum dari Menteri Kehakiman dengan Surat Keputusan No. J.A.5/22/9 Tanggal 18 Maret 1960, Pada saat itu PT Bank Kesejahteraan Aceh NV dipimpin oleh Teuku Djafar sebagai Direktur dan Komisaris terdiri atas Teuku Soelaiman Polem, Abdullah Bin Mohammad Hoesin, dan Moehammad Sanusi. Dengan ditetapkannya Undang-Undang Nomor. 13 Tahun 1962

tentang Ketentuan-ketentuan Pokok Bank Pembangunan Daerah, semua Bank milik Pemerintah Daerah yang sudah berdiri sebelumnya, harus menyesuaikan diri dengan regulasi tersebut.

Untuk memenuhi ketentuan ini maka pada tahun 1963 Pemerintah Daerah Provinsi Daerah Istimewa Aceh membuat Peraturan Daerah No. 12 Tahun 1963 sebagai landasan hukum berdirinya Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh. Dalam Perda tersebut ditegaskan bahwa maksud pendirian Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh adalah untuk menyediakan pembiayaan bagi pelaksanaan usaha-usaha pembangunan daerah dalam rangka pembangunan nasional semesta berencana.

Sepuluh tahun kemudian, atau tepatnya pada tanggal Tanggal 7 April 1973, Gubernur Kepala Daerah Istimewa Aceh mengeluarkan Surat Keputusan No. 54/1973 tentang Penetapan Pelaksanaan Pengalihan PT Bank Kesejahteraan Aceh, NV menjadi Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh. Peralihan status, baik bentuk hukum, hak dan kewajiban dan lainnya secara resmi terlaksana pada tanggal 6 Agustus 1973, yang dianggap sebagai hari lahirnya Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh.

Untuk memberikan ruang gerak yang lebih luas kepada Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh, Pemerintah Daerah telah beberapa kali mengadakan perubahan Peraturan Daerah (Perda), yaitu mulai Perda No. 10/1974, Perda Nomor 6/1978, Perda Nomor 5/1982, Perda No. 8/1988, Perda Nomor 3/1993 dan terakhir Peraturan Daerah Provinsi Daerah Istimewa Aceh Nomor 2 Tahun

1999 Tanggal 2 Maret 1999 tentang Perubahan Bentuk Badan Hukum Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh menjadi PT Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh, yang telah disahkan oleh Menteri Dalam Negeri dengan Keputusan Menteri Dalam Negeri Nomor : 584.21.343 tanggal 31 Desember 1999.

Perubahan bentuk badan hukum dari Perusahaan Daerah menjadi Perseroan Terbatas dilatarbelakangi keikutsertaan Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh dalam program rekapitalisasi, berupa peningkatan permodalan bank yang ditetapkan melalui Keputusan Bersama Menteri Keuangan Republik Indonesia dan Gubernur Bank Indonesia Nomor 53/KMK.017/1999 dan Nomor 31/12/KEP/GBI tanggal 8 Februari 1999 tentang Pelaksanaan Program Rekapitalisasi Bank Umum, yang ditindaklanjuti dengan penandatanganan Perjanjian Rekapitalisasi antara Pemerintah Republik Indonesia, Bank Indonesia, dan PT. Bank BPD Aceh di Jakarta pada tanggal 7 Mei 1999.

Perubahan bentuk badan hukum menjadi Perseroan Terbatas ditetapkan dengan Akte Notaris Husni Usman, SH No. 55 tanggal 21 April 1999, bernama PT Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh disingkat PT Bank BPD Aceh. Perubahan tersebut telah disahkan oleh Menteri Kehakiman RI dengan Surat Keputusan Nomor C-8260 HT.01.01.TH.99 tanggal 6 Mei 1999. Dalam Akte Pendirian Perseroan ditetapkan modal dasar PT Bank BPD Aceh sebesar Rp 150.000.000.000. Sesuai dengan Akte Notaris Husni

Usman, SH No.42 tanggal 30 Agustus 2003, modal dasar ditempatkan PT Bank BPD Aceh ditambah menjadi Rp 500.000.000.000.

Berdasarkan Akta Notaris Husni Usman tentang Pernyataan Keputusan Rapat No. 10 Tanggal 15 Desember 2008, notaris di Medan tentang peningkatan modal dasar Perseroan, modal dasar kembali ditingkatkan menjadi Rp1.500.000.000.000 dan perubahan nama Perseroan menjadi PT. Bank Aceh. Perubahan tersebut telah disahkan oleh Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia No. AHU-44411.AH.01.02 Tahun 2009 pada tanggal 9 September 2009. Perubahan nama menjadi PT. Bank Aceh telah disahkan oleh Keputusan Gubernur Bank Indonesia No.12/61/KEP.GBI/2010 tanggal 29 September 2010. Bank juga memulai aktivitas perbankan syariah dengan diterimanya surat Bank Indonesia No.6/4/Dpb/BNA tanggal 19 Oktober 2004 mengenai Izin Pembukaan Kantor Cabang Syariah Bank dalam aktivitas komersial Bank. Bank mulai melakukan kegiatan operasional berdasarkan prinsip syariah tersebut pada 5 November 2004.

Sejarah baru mulai diukir oleh Bank Aceh melalui hasil Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa (RUPSLB) tanggal 25 Mei 2015 tahun lalu bahwa Bank Aceh melakukan perubahan kegiatan usaha dari sistem konvensional menjadi sistem syariah seluruhnya. Maka dimulai setelah tanggal keputusan tersebut proses konversi dimulai dengan tim konversi Bank Aceh dengan

diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Setelah melalui berbagai tahapan dan proses perizinan yang disyaratkan oleh OJK akhirnya Bank Aceh mendapatkan izin operasional konversi dari Dewan Komisioner OJK Pusat untuk perubahan kegiatan usaha dari sistem konvensional ke sistem syariah secara menyeluruh.

Izin operasional konversi tersebut ditetapkan berdasarkan Keputusan Dewan Komisioner OJK Nomor. KEP-44/D.03/2016 tanggal 1 September 2016 Perihal Pemberian Izin Perubahan Kegiatan Usaha Bank Umum Konvensional Menjadi Bank Umum Syariah PT Bank Aceh yang diserahkan langsung oleh Dewan Komisioner OJK kepada Gubernur Aceh Zaini Abdullah melalui Kepala OJK Provinsi Aceh Ahmad Wijaya Putra di Banda Aceh.

Sesuai dengan ketentuan yang berlaku bahwa kegiatan operasional Bank Aceh Syariah baru dapat dilaksanakan setelah diumumkan kepada masyarakat selambat-lambatnya 10 hari dari hari ini. Perubahan sistem operasional dilaksanakan pada tanggal 19 September 2016 secara serentak pada seluruh jaringan kantor Bank Aceh. Dan sejak tanggal tersebut Bank Aceh telah dapat melayani seluruh nasabah dan masyarakat dengan sistem syariah murni mengutip Ketentuan PBI Nomor 11/15/PBI/2009.

Proses konversi Bank Aceh menjadi Bank Syariah diharapkan dapat membawa dampak positif pada seluruh aspek kehidupan ekonomi dan sosial masyarakat. Dengan menjadi Bank Syariah, Bank Aceh bisa menjadi salah satu titik episentrum

pertumbuhan ekonomi dan pembangunan daerah yang lebih optimal.

Kantor Pusat Bank Aceh berlokasi di Jl. Mr. Mohd Hasan Nomor 89 Batoh Banda Aceh. Sampai dengan akhir tahun 2018, Bank Aceh memiliki 172 jaringan kantor terdiri dari 1 Kantor Pusat, 1 Kantor Pusat Operasional, 25 Kantor Kas, 12 Mobil Kas Keliling tersebar dalam wilayah Provinsi Aceh termasuk di kota Medan dan 18 Payment Point (Bank Aceh, 2019).

4.1.2 Visi dan Misi PT. Bank Aceh Syariah

Visi PT. Bank Aceh Syariah adalah menjadi Bank Syariah terdepan dan terpercaya dalam pelayanan di Indonesia. Sedangkan Misi PT. Bank Aceh Syariah adalah sebagai berikut:

4. Menjadi penggerak perekonomian Aceh dan pendukung agenda pembangunan daerah.
5. Member layanan terbaik dan lengkap berbasis TI untuk semua segmen nasabah, terutama sektor usaha kecil, menengah, sektor pemerintah maupun korporasi.
6. Menjadi bank yang memotivasi karyawan, nasabah dan stakeholder untuk menerapkan prinsip syariah dalam muamalah secara komprehensif.
7. Memberi nilai tambah yang tinggi bagi pemegang saham dan masyarakat aceh umumnya.
8. Menjadi perusahaan pilihan utama bagi professional perbankan syariah di aceh (Bank Aceh, 2019).

4.1.3 Produk-Produk Penghimpunan Dana pada PT. Bank Aceh Syariah

PT. Bank Aceh Syariah memiliki beberapa produk penghimpunan dana diantara lain:

1. Giro

a. Giro *wadiah* adalah sarana penyimpanan dana dalam bentuk mata uang rupiah pada Bank Aceh Syariah yang pengelolaan dananya berdasarkan prinsip syariah dengan akad *wadiah yad dhamanah*, yaitu dana titipan murni nasabah kepada bank yang dapat diambil setiap saat dengan menggunakan *cheque* dan *bilyet giro*.

b. Giro Mudharabah adalah simpanan dalam rupiah pihak ketiga, yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan mempergunakan *cheque*, surat perintah pembayaran lainnya atau dengan perintah pemindahbukuan (misalnya bilyet giro, warkat kliring, dll)

2. Deposito *Mudharabah*

Deposito *Mudharabah* adalah investasi berjangka waktu tertentu dalam bentuk mata uang rupiah pada Bank Aceh Syariah yang pengelolaan dananya berdasarkan prinsip syariah dengan akad mudharabah muthalaqah, yaitu akad antara pihak pemilik dana (*shahibul maal*) dengan pengelola dana (*mudharib*). Dalam hal ini *shahibul maal* (nasabah) berhak memperoleh keuntungan bagi hasil sesuai nisbah yang tercantum dalam akad.

3. Simpanan Pembangunan Daerah (SIMPEDA iB)

Tabungan SIMPEDA iB merupakan tabungan dengan akad *mudharabah*, dengan sistem bagi hasil yang kompetitif (nisbah bagi hasil progresif).

4. Tabungan Aneka Guna (TAG iB)

Tabungan Aneka Guna (TAG iB) merupakan tabungan dengan akad *mudharabah*, dengan sistem bagi hasil rata-rata harian yang kompetitif. Tabungan Aneka Guna dapat digunakan oleh siapa saja, dengan setoran awal hanya sebesar Rp 20.000,-

5. Tabungan Seulanga iB

Tabungan Seulanga iB merupakan tabungan yang memiliki keunggulan dengan nisbah *progressive* dimana semakin tinggi saldo tabungan, semakin tinggi nisbah yang diberikan (dihitung berdasarkan saldo terendah harian).

6. Tabungan Firdaus iB

Tabungan Firdaus iB pada Bank Aceh Syariah diperuntukkan bagi perorangan yang menggunakan prinsip *nudharabah* (bagi hasil) dimana dana yang diinvestasikan oleh nasabah dapat dipergunakan oleh bank (*mudharib*) dengan imbalan bagi hasil bagi nasabah (*shahibul maal*). Tabungan firdaus menggunakan akad *mudharabah muthlaqah* yang berarti pihak bank diberi kuasa penuh untuk menjalankan usahanya tanpa batasan sepanjang memenuhi syarat-syarat syariah dan tidak terikat dengan waktu, tempat, jenis usaha, dan nasabah pelanggannya.

7. Tabungan Sahara iB

Tabungan dalam bentuk mata uang rupiah pada Bank Aceh Syariah yang dikhususkan bagi umat muslim untuk memenuhi biaya perjalanan ibadah haji dan umrah yang dikelola berdasarkan prinsip syariah dengan akad *Wadiah Yad Dhamanah*, yaitu dana titipan murni nasabah kepada bank yang dapat digunakan oleh pihak bank dengan izin nasabah dimana bank menjamin dan mengembalikan titipan dana tersebut secara utuh (sebesar jumlah pokok yang dititipkan).

8. TabunganKu iB

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

9. Tabungan Pensiun iB

Tabungan Pensiun merupakan layanan tabungan bagi Nasabah Pensiun pada PT Bank Aceh Syariah yang diharapkan dapat memberikan layanan khusus bagi para Pegawai Negeri Sipil yang memasuki masa pensiun.

10. Tabungan Simple iB

Tabungan untuk siswa/pelajar dengan persyaratan mudah dan sederhana serta fitur yang menarik, dalam rangka edukasi dan inklusi keuangan untuk mendorong budaya menabung sejak dini (Bank Aceh, 2019).

4.1.4 Gambaran Umum Produk Tabungan Firdaus Bank Aceh Syariah

Tabungan firdaus adalah salah satu produk tabungan unggulan yang dimiliki PT. Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh. Tabungan firdaus merupakan salah satu tabungan Bank Aceh dimana pemilik dana memberikan kepercayaan penuh kepada bank untuk mengelola dananya dengan pembagian nisbah/bagian yang telah disepakati sebelumnya. Tabungan firdaus pada Bank Aceh Syariah diperuntukkan bagi perorangan yang menggunakan prinsip *mudharabah* (bagi hasil) dimana dana yang diinvestasikan oleh nasabah dapat dipergunakan oleh bank (*mudharib*) dengan imbalan bagi hasil bagi nasabah (*shahibul maal*). Tabungan firdaus menggunakan akad *mudharabah muthlaqah* yang berarti pihak bank diberi kuasa penuh untuk menjalankan usahanya.

Produk ini berupa simpanan yang dapat menghilangkan keraguan nasabah terhadap masalah pengelolaan dana karena dikelola sesuai prinsip syariah. Besar kecilnya imbal hasil yang didapat sesuai dengan keuntungan bank. Apabila bank mendapatkan keuntungan yang besar, maka nasabah juga akan mendapatkan bagi hasil yang besar pula. Tabungan firdaus dilengkapi berbagai keunggulan seperti aman dan terpercaya, bebas biaya administrasi bulanan, bagi hasil yang kompetitif dan mempunyai fasilitas unggulan lainnya berupa dua jenis kartu ATM yaitu gold dan silver. Kedua-dua kartu ATM itu tidak dikenakan biaya administrasi bulanan.

Dalam menentukan tingkat kepuasan nasabah terdapat beberapa faktor yang harus di perhatikan oleh Bank Aceh Syariah yaitu:

1. Pelayanan, Bank Aceh Syariah mampu memberikan pelayanan sesuai dengan kebutuhan nasabah. Seperti menyediakan fasilitas yang memadai, pegawai bank bersikap simpatik dalam menghadapi komplain nasabah dan pegawai bank cepat dan tanggap terhadap kebutuhan yang diinginkan nasabah. Sehingga nasabah akan merasa puas dan menjadi loyal kepada bank.
2. Bagi hasil, Prinsip bagi hasil yang diterapkan oleh Bank Aceh Syariah sesuai dengan ketentuan syariah. Bagi hasil yang didapat sesuai dengan keuntungan bank, apabila bank mendapatkan keuntungan yang besar maka nasabah juga akan mendapat bagi hasil yang besar pula. Sehingga tidak membuat bank dan nasabah merasa dirugikan satu sama lain.
3. Periklanan, untuk menginformasikan atau pengenalan produk tabungan firdaus di Bank Aceh Syariah dapat dilakukan melalui berbagai media seperti brosur yang disebar ke masyarakat, majalah, spanduk, pemasangan billboard, televisi, radio, koran dan media sosial melalui akun instagram bank aceh.

4.2 Deskriptif Responden

Responden dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah produk tabungan firdaus yang ada di PT. Bank Aceh Syariah cabang Banda Aceh. Jumlah sampel yang diambil yaitu sebanyak 100 orang responden. Pada deskriptif responden ini terdapat

beberapa pertanyaan yang harus diisi oleh responden tentang identitas responden seperti nama responden, jenis kelamin, umur, pendidikan terakhir dan pekerjaan. Untuk memberikan pemahaman deskriptif responden yang diteliti dalam penelitian ini maka dapat diuraikan sebagai berikut:

4.2.1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin nasabah pada PT. Bank Aceh Syariah cabang Banda Aceh terbagi atas laki-laki dan perempuan. Pengelompokan jumlah responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat melalui tabel yang diolah oleh peneliti adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1
Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase (%)
Laki-laki	32	32%
Perempuan	68	68%
Total	100	100%

Sumber: Data Primer Diolah (2019)

Berdasarkan Tabel 4.1 dapat diketahui bahwa jumlah responden yang diambil berdasarkan jenis kelamin pada PT. Bank Aceh Syariah cabang Banda Aceh yaitu nasabah yang menggunakan produk tabungan firdaus. Jumlah responden laki-laki yaitu sebanyak 32 orang sedangkan jumlah responden perempuan yaitu sebanyak 68 orang. Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa mayoritas responden perempuan yang banyak menggunakan

produk tabungan firdaus di Bank Aceh Syariah cabang Banda Aceh, walaupun selisih antara nasabah laki-laki dan perempuan hanya sedikit.

4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Adapun karakteristik responden berdasarkan umur nasabah tabungan firdaus di Bank Aceh Syariah cabang Banda Aceh adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2
Gambaran Responden Berdasarkan Umur

Umur	Jumlah	Persentase(%)
≤ 20 tahun	5	5%
21-30 tahun	62	62%
31-40 tahun	23	23%
> 40 tahun	10	10%
Total	100	100%

Sumber: Data Primer Diolah (2019)

Berdasarkan Tabel 4.2 dapat diketahui bahwa jumlah responden berdasarkan yang berumur ≤ 20 tahun berjumlah 5 orang responden, yang berumur 21-30 tahun berjumlah 62 orang, yang berumur 31-40 berjumlah 23 orang, dan yang berumur >40 tahun sebanyak 10 orang. Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa mayoritas responden adalah berumur 21-30 tahun yaitu sebanyak 62 orang atau 62%.

4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Adapun karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir nasabah tabungan firdaus di Bank Aceh Syariah cabang Banda Aceh adalah sebagai berikut:

Tabel 4.3
Gambaran Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir	Jumlah	Persentase(%)
SMA	44	44%
Diploma	19	19%
S1	33	33%
S2	4	4%
Total	100	100%

Sumber: Data Primer Diolah (2019)

Berdasarkan Tabel 4.3 dapat diketahui bahwa jumlah responden yang berpendidikan SMA berjumlah 44 orang (44%), responden yang berpendidikan Diploma berjumlah 19 orang (19%), yang berpendidikan S1 berjumlah 33 orang (33%) dan responden yang berpendidikan S2 berjumlah 4 orang. Dari tersebut dapat dilihat bahwa mayoritas yang menggunakan tabungan firdaus adalah yang berpendidikan terakhir SMA.

4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Adapun karakteristik responden berdasarkan pekerjaan nasabah tabungan firdaus di Bank Aceh Syariah cabang Banda Aceh adalah sebagai berikut:

Tabel 4.4
Gambaran Responen Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase(%)
Mahasiswa(i)	42	42%
PNS	7	7%
Karyawan Swasta	15	15%
Wirausaha	9	9%
Lainnya	27	27%
Total	100	100%

Sumber: Data Primer Diolah (2019)

Berdasarkan Tabel 4.4 dapat diketahui bahwa jumlah responden pada pelajar/mahasiswa berjumlah 42 orang, yang berkerja sebagai PNS berjumlah 7 orang, yang berkerja sebagai karyawan swasta berjumlah 15 orang, yang berkerja sebagai wirausaha berjumlah 9 orang dan yang bekerja sebagai diluar pekerjaan yang disebut di atas berjumlah 27 orang. Lainnya yang dimaksud disini seperti IRT, Polisi, Pegawai Honorer dan Pegawai Pramubakti yang bekerja di sekolah. Dengan demikian bahwa responden pelajar/mahasiswa(i) dan lainnya lebih mendominasi dalam penelitian ini.

4.3 Karakteristik Tanggapan Responden

Deskripsi hasil penelitian merupakan tanggapan responden yang mengisi kuesioner mengenai “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Tabungan Firdaus Pada Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh”. Tanggapan responden ini diukur menggunakan skala likert dengan skala skor yaitu skor 5 sangat setuju, skor 4 setuju, skor 3 ragu-ragu, skor 2 tidak setuju, dan skor 1 sangat tidak setuju.

4.3.1 Tanggapan Responden Pada Variabel Pelayanan (X_1)

Dalam penelitian ini, variabel pelayanan dijabarkan dalam 6 (enam) pertanyaan. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.5
Tanggapan Responden Pada Variabel Pelayanan (X_1)

No	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS	Mean
1.	Bank memiliki fasilitas yang lengkap dan memadai (<i>Tangibles</i>)	0	1	11	54	34	4,21
2.	Pegawai selalu berpenampilan rapi, bersih dan professional (<i>Tangibles</i>)	0	0	5	89	6	4,01
3.	Pegawai bank bersikap simpatik dalam menghadapi masalah atau komplain nasabah (<i>Reliability</i>)	0	8	39	48	5	3,5
4.	Pegawai bank tanggap terhadap kebutuhan nasabah yang diinginkan (<i>Responsiveness</i>)	0	16	36	45	3	3,35
5.	Pegawai bank memberikan rasa aman dalam memberikan layanan terhadap nasabah (<i>Assurance</i>)	0	0	7	87	6	3,99
6.	Pegawai bank memberikan perhatian kepada nasabah (<i>Emphaty</i>)	0	0	8	90	2	3,94
	Rata-rata						3,83

Sumber : Data Primer Diolah (2019)

Berdasarkan hasil tanggapan responden pada Tabel 4.5 menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan tanggapan “Setuju” terhadap item-item pengukur pelayanan dengan total rata-rata 3,83 yang dapat diartikan bahwa responden setuju terhadap pelayanan yang diterapkan pada Bank Aceh Syariah cabang Banda Aceh. Dari seluruh pertanyaan tersebut tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju karena sebagian besar memberikan tanggapan “Setuju”.

4.3.2 Tanggapan Responden Pada Variabel Bagi Hasil (X_2)

Dalam penelitian ini, variabel bagi hasil dijabarkan dalam 4 (empat) pertanyaan. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.6
Tanggapan Responden Pada Variabel Bagi Hasil (X_2)

No	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS	Mean
1.	Saya mengetahui besaran bagi hasil disepakati pada waktu akad	0	0	20	74	6	3,86
2.	Bagi hasil tergantung keuntungan usaha Bank Aceh Syariah bukan berasal dari setoran modal	0	2	6	78	14	4,04
3.	Besaran bagi hasil menguntungkan saya selaku nasabah	0	0	12	59	29	4,17
4.	Dengan sistem bagi hasil keadilan dalam pembagian keuntungan lebih terjamin	0	0	10	76	14	4,04
	Rata-rata						4,02

Sumber : Data Primer Diolah (2019)

Berdasarkan hasil tanggapan responden pada Tabel 4.6 menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan tanggapan “Setuju” terhadap item-item pengukur bagi hasil dengan total rata-rata 4,02 yang dapat diartikan bahwa responden setuju terhadap bagi hasil yang diterapkan pada Bank Aceh Syariah cabang Banda Aceh. Dari seluruh pertanyaan tersebut tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju karena responden tertarik terhadap bagi hasil yang di berikan Bank Aceh Syariah cabang Banda Aceh.

4.3.3 Tanggapan Responden Pada Variabel Periklanan (X_3)

Dalam penelitian ini, variabel periklanan dijabarkan dalam 4 (empat) pertanyaan. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.7
Tanggapan Responden Pada Variabel Periklanan (X_3)

No	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS	Mean
1.	Saya mendapatkan kemudahan untuk mencari informasi tentang produk tabungan firdaus	0	0	20	74	6	3,86
2.	Saya tertarik dengan design iklan produk tabungan firdaus	0	2	6	78	14	3,88
3.	Saya mendapatkan informasi tentang produk tabungan firdaus dengan jelas melalui berbagai media	0	0	12	59	29	3,75

Tabel 4.7 Lanjutan

No	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS	Mean
4.	Saya percaya pesan yang disampaikan dalam produk tabungan firdaus dapat dipercaya	0	0	10	76	14	3,76
	Rata-rata						3,81

Sumber : Data Primer Diolah (2019)

Berdasarkan hasil tanggapan responden pada Tabel 4.7 menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan tanggapan “Setuju” terhadap item-item pengukur periklanan dengan total rata-rata 3,81 yang dapat diartikan bahwa responden setuju terhadap periklanan yang diterapkan pada Bank Aceh Syariah cabang Banda Aceh. Dari seluruh pertanyaan tersebut tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju terhadap periklanan yang diterapkan Bank Aceh Syariah cabang Banda Aceh.

4.3.4 Tanggapan Responden Pada Variabel Kepuasan Nasabah (Y)

Dalam penelitian ini, variabel bagi hasil dijabarkan dalam 5 (lima) pertanyaan. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.8
Tanggapan Responden Pada Variabel Kepuasan Nasabah (Y)

No	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS	Mean
1.	Kepuasan pelanggan keseluruhan (overall customer service) Pelayanan di Bank Aceh Syariah sangat baik dan memuaskan	0	1	44	50	5	3,59
2.	Dimensi kepuasan pelanggan Saya sangat senang dengan para pegawai bank sangat ramah dan cepat dalam melayani	0	1	25	69	5	3,78
3.	Konfirmasi harapan (confirmation of expectation) Pelayanan yang diberikan pegawai bank sesuai dengan harapan	0	0	13	82	5	3,92
4.	Niat beli ulang (repurchase intention) Fasilitas yang ada di Bank Aceh Syariah sangat lengkap sehingga nasabah akan menggunakan jasa kembali	0	0	9	84	7	3,98
5.	Kesediaan untuk merekomendasi (willingness to Recommend) Saya akan merekomendasikan	0	0	12	86	2	3,90

Tabel 4.8 Lanjutan

	kepada orang lain/keluarga saya untuk menggunakan produk/jasa bank aceh syariah						
	Rata-rata						3,83

Sumber : Data Primer Diolah (2019)

Berdasarkan hasil tanggapan responden pada Tabel 4.8 menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan tanggapan “Setuju” terhadap item-item pengukur kepuasan nasabah dengan total rata-rata 3,83 yang dapat diartikan bahwa responden setuju terhadap kualitas yang ada pada Bank Aceh Syariah cabang Banda Aceh. Dari seluruh pertanyaan tersebut tidak ada responden yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju terhadap periklanan yang diterapkan Bank Aceh Syariah cabang Banda Aceh.

4.4 Uji Instrumen Penelitian

4.4.1 Pengujian Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Uji validitas bertujuan untuk mengetahui apakah butir atau item soal dalam suatu kuesioner dapat digunakan sebagai alat mengumpulkan data yang akurat. Item soal yang valid ditandai dengan adanya korelasi antara item soal dengan skor totalnya.

Tabel 4.9
Hasil Uji Validitas

Variabel	Rtabel	rhitung	Keterangan
Faktor Pelayanan (X₁)			
P1	0,196	0,657	Valid
P2	0,196	0,566	Valid
P3	0,196	0,826	Valid
P4	0,196	0,815	Valid
P5	0,196	0,571	Valid
P6	0,196	0,576	Valid
Faktor Bagi Hasil (X₂)			
BGH1	0,196	0,687	Valid
BGH2	0,196	0,713	Valid
BGH3	0,196	0,754	Valid
BGH4	0,196	0,717	Valid
Faktor Periklanan (X₃)			
Pi1	0,196	0,735	Valid
Pi2	0,196	0,656	Valid
Pi3	0,196	0,698	Valid
Pi4	0,196	0,798	Valid
Faktor Kepuasan Nasabah (Y)			
KN1	0,196	0,649	Valid
KN2	0,196	0,708	Valid
KN3	0,196	0,677	Valid
KN4	0,196	0,657	Valid
KN5	0,196	0,608	Valid

Sumber: Data Primer Diolah (2019)

Berdasarkan Tabel 4.9 ini dapat dikatakan valid, jika rhitung lebih besar dari pada rtabel. Dan nilai signifikansi 0,05 maka artinya ada korelasi antar variabel yang dihubungkan. Dengan menggunakan jumlah responden sebanyak 100 orang, maka nilai rtabel dapat diperoleh melalui $df = N - 2$. N merupakan jumlah sampel. Jadi $df = 100 - 2 = 98$. Nilai rtabel adalah sebesar 0,196 dari $df = 98$ dan tingkat signifikansi 0,05. Berdasarkan hasil di atas dapat

disimpulkan bahwa semua item pertanyaan kuesioner variabel Faktor Pelayanan, Faktor Bagi Hasil, Faktor Periklanan, dan Faktor Kepuasan Nasabah dapat dinyatakan valid dan memenuhi syarat validitas.

4.4.2 Pengujian Realibilitas

Uji realibilitas adalah uji untuk memastikan apakah kuesioner penelitian yang akan digunakan untuk mengumpulkan data variabel penelitian reliable atau tidak. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *cronbach alpha* > 0,60. Jika kurang dari > 0,60 berarti kurang baik, sedangkan 0,70 dapat diterima dan diatas 0,80 adalah baik.

Tabel 4.10
Hasil Uji Realibilitas

Variabel	Jumlah Item	Cronbach's Alpha	Keterangan
Pelayanan (X_1)	6	0,744	Reliabel
Bagi Hasil (X_2)	4	0,684	Reliabel
Periklanan (X_3)	4	0,695	Reliabel
Kepuasan Nasabah (Y)	5	0,659	Reliabel

Sumber: Data Primer Diolah (2019)

Berdasarkan Tabel 4.10 dapat diketahui bahwa setiap pertanyaan/pernyataan yang digunakan dinyatakan reliabel. Ini dapat diketahui dengan membandingkan setiap nilai *cronbach's alpha*, dan hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai *cronbach's alpha* setiap pertanyaan/pernyataan lebih besar dari pada 0,60. Dan

variabel pelayanan memiliki nilai *cronbach's alpha* yang lebih besar dibandingkan dengan variabel lainnya.

4.5 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengukur pengaruh antara lebih dari dua variabel bebas terhadap variabel terikat.

Tabel 4.11
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.695	.290		2.395	.019
	Pelayanan (X1)	.317	.061	.385	5.215	.000
	Bagi Hasil (X2)	.335	.059	.416	5.668	.000
	Periklanan (X3)	.151	.053	.203	2.827	.006

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah (Y)

Sumber: Data Primer Diolah (2019)

Berdasarkan Tabel 4.11, maka persamaan regresi yang terbentuk pada model regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = 0,695 + 0,317 X_1 + 0,335 X_2 + 0,151 X_3$$

Berdasarkan hasil persamaan regresi di atas, maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- Nilai konstanta (a) sebesar 0,695 menunjukkan bahwa variabel pelayanan (X_1), bagi hasil (X_2), dan periklanan (X_3)

diasumsikan dalam keadaan tetap maka kepuasan nasabah (Y) sebesar 0,695.

- b. Nilai koefisien regresi pelayanan (X_1) sebesar 0,317 dan koefisien regresi yang bernilai positif menjelaskan bahwa apabila pelayanan (X_1) mengalami kenaikan 1% maka akan mempengaruhi kepuasan nasabah sebesar 31,7%.
- c. Nilai koefisien regresi bagi hasil (X_2) sebesar 0,335 dan koefisien yang bernilai positif menjelaskan bahwa apabila bagi hasil (X_2) mengalami kenaikan 1% maka akan mempengaruhi kepuasan nasabah sebesar 33,5%.
- d. Nilai koefisien regresi periklanan (X_3) sebesar 0,151 dan koefisien regresi yang bernilai positif menjelaskan bahwa apabila periklanan (X_3) mengalami kenaikan 1% maka akan mempengaruhi kepuasan nasabah sebesar 15,1%.

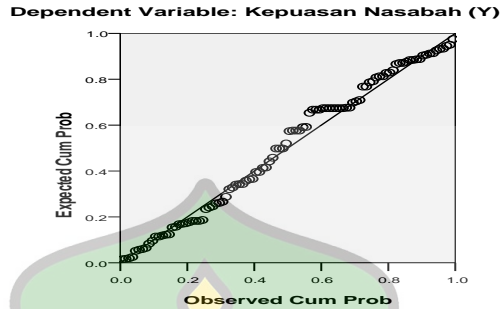
Berdasarkan hasil analisis di atas dapat diketahui bahwa dari ketiga variabel yang telah diteliti, variabel bagi hasil lebih dominan mempengaruhi kepuasan nasabah dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,335 atau 33,5%.

4.6 Pengujian Asumsi Klasik

4.6.1 Uji Normalitas

Uji normalitas berguna untuk menentukan data yang telah dikumpulkan berdistribusi normal atau diambil dari populasi normal. Uji normalitas data dilakukan menggunakan metode Normal P-P *Plot of Regression Standardized Residual* dengan bantuan SPSS Statistic Version 22,0.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Sumber: Data Primer Diolah (2019)

Gambar 4.1
Hasil Uji Normalitas

Berdasarkan Gambar 4.1 menunjukkan bahwa data dikatakan berdistribusi normal jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Pada gambar P-Plot terlihat titik-titik mengikuti mengikuti dan mendekati garis diagonalnya sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

4.6.2 Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas adalah uji yang dilakukan untuk memastikan apakah didalam sebuah model regresi ada interkorelasi antar variabel bebas. Uji multikolinieritas ini dilakukan dengan melihat nilai *variance inflation factors* (VIF), dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.12
Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Pelayanan (X1)	.849	1.177
	Bagi Hasil (X2)	.860	1.163
	Periklanan (X3)	.898	1.113

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah (Y)

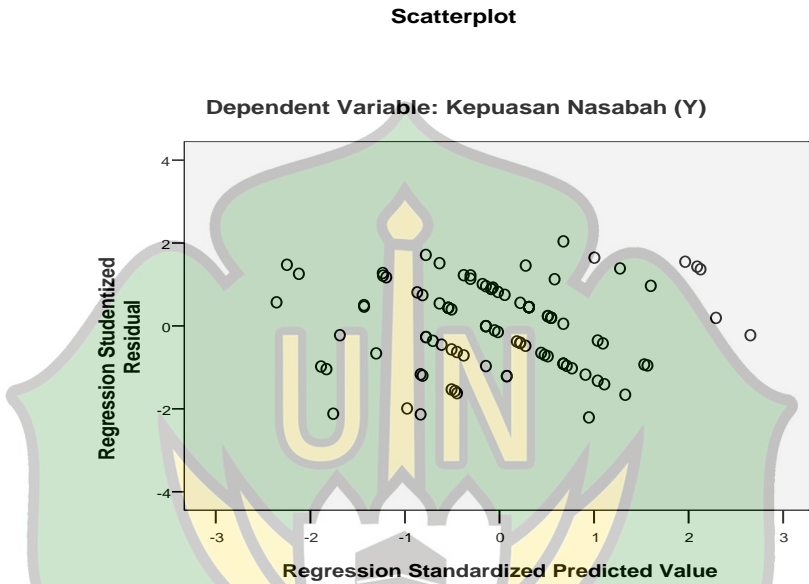
Sumber: Data Primer Diolah (2019)

Berdasarkan Tabel 4.8 dapat diketahui jika nilai tolerance $> 0,10$ dan nilai VIF $< 10,00$ maka tidak terjadi multikolinieritas dalam model regresi. Berdasarkan tabel output “Coefficients” dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini nilai tolerance dari pelayanan, bagi hasil dan periklanan lebih besar dari 0,10 maka artinya tidak terjadi multikolinieritas dalam model regresi. Sedangkan nilai VIF dari ketiga variabel bebas lebih kecil dari nilai VIF maka artinya tidak terjadi multikolinieritas dalam model regresi.

4.6.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji hereroskedastisitas bertujuan untuk menguji mengenai sama atau tidaknya varian dari residual dari observasi yang satu dengan observasi yang lain jika residualnya mempunyai varian yang sama disebut homoskedastisitas dan jika variansnya tidak sama atau berbeda disebut terjadi heteroskedastisitas. Cara

menganalisis asumsi heteroskedastisitas dengan *scatterplot* seperti berikut:



Sumber: Data Primer Diolah (2019)

Gambar 4.2
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan Gambar 4.2 dapat diketahui jika titik-titik tidak mengumpul hanya di atas atau dibawah saja, penyebaran titik-titik tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar, dan penyebaran titik-titik data tidak berpola maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

4.7 Hasil Pengujian Hipotesis

4.7.1 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi adalah seberapa besar kontribusi pengaruh yang diberikan variabel bebas atau variabel independent (X) terhadap variabel terikat atau variabel dependent (Y), atau dengan kata lain, nilai koefisien determinasi berguna untuk memprediksi dan melihat seberapa besar kontribusi pengaruh yang diberikan variabel X secara simultan terhadap variabel Y. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilainya dikatakan baik bila R^2 di atas angka 0,5 sebaliknya nilai R^2 dibilang tidak baik bila di bawah 0,5. Berikut berdasarkan paparan tabel di bawah ini:

Tabel 4.13
Hasil Pengujian Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.745 ^a	.555	.541	.20919

- a. Predictors: (Constant), Periklanan (X3), Bagi Hasil (X2), Pelayanan (X1)
- b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah (Y)

Sumber: Data Primer Diolah (2019)

Berdasarkan Tabel 4.13 menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,555 atau 55,5%. Angka tersebut mengandung arti bahwa pelayanan (X_1), bagi hasil (X_2), dan periklanan (X_3) secara simultan (bersama-sama) berpengaruh

terhadap kepuasan nasabah (Y) sebesar 55,5%. Sedangkan sisanya 44,5% dapat dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini. Dan nilai korelasi (R) disini yaitu sebesar 0,745 maka keterkaitan antara variabel pelayanan, bagi hasil dan periklanan terhadap kepuasan nasabah dinyatakan sangat kuat hubungannya.

4.7.2 Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama (simultan) mempengaruhi variabel dependen (terikat). Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka hipotesis diterima. Sebaliknya jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka hipotesis ditolak. Apabila nilai signifikansi $< 0,05$ maka hipotesis diterima. Di bawah ini merupakan tabel hasil uji F (simultan) sebagai berikut:

Tabel 4.14

Hasil Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5.243	3	1.748	39.940	.000 ^a
	Residual	4.201	96	.044		
	Total	9.444	99			

a. Predictors: (Constant), Periklanan (X3), Bagi Hasil (X2), Pelayanan (X1)

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah (Y)

Sumber: Data Primer Diolah (2019)

Berdasarkan Tabel 4.14 dapat menunjukkan bahwa nilai signifikan $0,000 < 0,05$ maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji F bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima atau dengan kata lain bahwa pelayanan (X_1), bagi hasil (X_2), dan periklanan (X_3) secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah (Y). Dan berdasarkan Nilai F_{tabel} dengan tingkat signifikan $0,05$ dimana $df_1 = k - 1 = 3$ ($4 - 1 = 3$), dan $df_2 = n - k$ ($100 - 4$) = 96 sehingga diperoleh F_{tabel} sebesar 2,70. Dari tabel diatas diketahui $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $39,940 > 2,70$ jadi dapat disimpulkan bahwa variabel bebas secara simultan mempengaruhi variabel terikat.

4.7.3 Uji t (Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas secara parsial berpengaruh terhadap variabel terikat. Jika nilai signifikan $<$ probabilitas $0,05$ maka ada pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) atau hipotesis diterima.

Tabel 4.15
Hasil Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.695	.290		2.395	.019
	Pelayanan (X1)	.317	.061	.385	5.215	.000
	Bagi Hasil (X2)	.335	.059	.416	5.668	.000
	Periklanan (X3)	.151	.053	.203	2.827	.006

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah (Y)

Sumber: Data Primer Diolah (2019)

Berdasarkan Tabel 4.15 menunjukkan nilai signifikan variabel X_1 , X_2 , dan X_3 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ sehingga H_0 ditolak dan dapat disimpulkan bahwa variabel pelayanan, bagi hasil dan periklanan secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan nasabah adalah sebagai berikut:

1. Pengujian Hipotesis 1

Hipotesis pertama dalam penelitian ini adalah pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan firdaus pada Bank Aceh Syariah cabang Banda Aceh. Berdasarkan hasil penelitian terhadap variabel pelayanan diperoleh t hitung sebesar 5,215. Sedangkan t tabel bisa dihitung dengan menggunakan $\alpha = 0,05$ karena digunakan pengujian dua arah maka nilai α dibagi dua sehingga nilai $\alpha = 0,025$. Untuk melihat t tabel yaitu $n-k$ dimana $100 - 4 = 96$, sehingga diperoleh nilai t tabel sebesar 1,984. Oleh karena itu, hasil penelitian variabel pelayanan diperoleh nilai t hitung $>$ t tabel atau $5,215 > 1,984$, dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ hal ini menunjukkan bahwa H_{a1} diterima artinya pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan firdaus pada Bank Aceh Syariah cabang Banda Aceh.

2. Pengujian Hipotesis 2

Hipotesis pertama dalam penelitian ini adalah bagi hasil berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan firdaus pada Bank Aceh Syariah cabang Banda Aceh. Berdasarkan hasil penelitian terhadap variabel pelayanan diperoleh t hitung

sebesar 5,668. Sedangkan t tabel bisa dihitung dengan menggunakan $\alpha = 0,05$ karena digunakan pengujian dua arah maka nilai α dibagi dua sehingga nilai $\alpha = 0,025$. Untuk melihat t tabel yaitu $n-k$ dimana $100 - 4 = 96$, sehingga diperoleh nilai t tabel sebesar 1,984. Oleh karena itu, hasil penelitian variabel bagi hasil diperoleh nilai t hitung $> t$ tabel atau $5,668 > 1,984$, dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ hal ini menunjukkan bahwa H_{a2} diterima artinya bagi hasil berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan firdaus pada Bank Aceh Syariah cabang Banda Aceh.

3. Pengujian Hipotesis 3

Hipotesis pertama dalam penelitian ini adalah periklanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan firdaus pada Bank Aceh Syariah cabang Banda Aceh. Berdasarkan hasil penelitian terhadap variabel pelayanan diperoleh t hitung sebesar 2,827. Sedangkan t tabel bisa dihitung dengan menggunakan $\alpha = 0,05$ karena digunakan pengujian dua arah maka nilai α dibagi dua sehingga nilai $\alpha = 0,025$. Untuk melihat t tabel yaitu $n-k$ dimana $100 - 4 = 96$, sehingga diperoleh nilai t tabel sebesar 1,984. Oleh karena itu, hasil penelitian variabel periklanan diperoleh nilai t hitung $> t$ tabel atau $2,827 > 1,984$, dengan tingkat signifikan $0,006 < 0,05$ hal ini menunjukkan bahwa H_{a3} diterima artinya periklanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan firdaus pada Bank Aceh Syariah cabang Banda Aceh.

4.8 Pembahasan

4.8.1 Pengaruh Pelayanan (X_1) Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Firdaus Pada Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan firdaus pada Bank Aceh Syariah cabang Banda Aceh. Hasil pengujian untuk variabel pelayanan terhadap kepuasan nasabah menunjukkan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $5,215 > 1,984$ maka dapat disimpulkan bahwa pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Hal tersebut menyimpulkan bahwa nasabah akan merasa puas dan senantiasa menggunakan produk tabungan firdaus dikarenakan bank memberikan fasilitas yang memadai, memberikan perhatian kepada nasabah, memberikan rasa aman dalam memberikan pelayanan dan bersikap simpatik dalam menghadapi masalah/komplain nasabah. Semakin tinggi pelayanan yang diberikan maka akan semakin besar tingkat kepuasan nasabah kepada bank.

Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Rianty (2017) yang menyatakan bahwa pelayanan menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah tabungan *mudharabah* pada Bank Syariah Mandiri Tangerang Selatan. Begitu juga dengan penelitian Hastuti (2013) juga menyatakan bahwa

pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah tabungan Bank Syariah.

4.8.2 Pengaruh Bagi Hasil (X_2) Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Firdaus Pada Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan firdaus pada Bank Aceh Syariah cabang Banda Aceh. Hasil pengujian untuk variabel bagi hasil terhadap kepuasan nasabah menunjukkan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $5,668 > 1,984$ maka dapat disimpulkan bahwa bagi hasil berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Hal tersebut menyimpulkan bahwa nasabah merasa puas menggunakan tabungan firdaus dikarenakan bank memberikan bagi hasil yang menguntungkan, lalu bagi hasil yang didapatkan sesuai dengan keuntungan usaha bank, dan sistem bagi hasil dalam pembagian keuntungan lebih aman dan terjamin sehingga nasabah akan terhindar dari produk perbankan yang mengandung riba.

Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Faradita (2018) yang menyatakan bahwa bagi hasil berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank BPD Kaltimtara Syariah. Begitu juga dengan penelitian Budiyono (2013) juga

menyatakan bahwa bagi hasil berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah.

4.8.3 Pengaruh Periklanan (X_3) Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Firdaus Pada Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa periklanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan firdaus pada Bank Aceh Syariah cabang Banda Aceh. Hasil pengujian untuk variabel periklanan terhadap kepuasan nasabah menunjukkan nilai signifikan $0,006 < 0,05$ dan nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $2,827 > 1,984$ maka dapat disimpulkan bahwa periklanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Hal tersebut menyimpulkan bahwa nasabah merasa puas menggunakan produk tabungan firdaus dikarenakan design iklan yang menarik, pesan yang disampaikan dalam produk tabungan firdaus dapat dipercaya, dan mendapatkan kemudahan dalam mencari informasi tentang produk bank. Semakin baik iklan suatu produk/jasa maka dipersepsikan semakin tinggi kepuasan nasabah terhadap produk atau jasa tersebut. Sebaliknya semakin buruk iklan suatu produk maka dipersepsikan rendahnya kepuasan nasabah terhadap produk atau jasa tersebut.

Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Apriyanti (2015) yang menyatakan bahwa iklan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah BNI Syariah Yogyakarta.

Sama halnya dengan penelitian Pratiwi (2016) yang menyatakan bahwa iklan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah tabungan Bank Jawa Barat dan Baten.

4.8.4 Pengaruh Pelayanan (X_1), Bagi Hasil (X_2), dan Periklanan (X_3) Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Firdaus Pada Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa pelayanan, bagi hasil dan periklanan bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan firdaus. Hal ini dibuktikan dengan Fhitung sebesar 39,940 dan Ftabel sebesar 2,70 ($39,940 > 2,70$) dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$, maka penelitian ini berhasil membuktikan bahwa pelayanan, bagi hasil, dan periklanan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan firdaus pada Bank Aceh Syariah cabang Banda Aceh.

Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Hastuti (2013) yang menyatakan bahwa secara simultan variabel pelayanan, bagi hasil dan periklanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah tabungan *mudharabah* di BNI Syariah Cabang Yogyakarta.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah tabungan firdaus pada PT. Bank Aceh Syariah cabang Banda Aceh, dengan sampel 100 nasabah dan melakukan penyebaran kuesioner kepada nasabah tabungan firdaus pada Bank Aceh Syariah. Adapun kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan firdaus pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh. Hal ini disebabkan bank memberikan fasilitas yang memadai, memberikan perhatian kepada nasabah, memberikan rasa aman dalam memberikan pelayanan dan bersikap simpatik dalam menghadapi masalah/komplain nasabah.
2. Bagi hasil berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan firdaus pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh. Hal ini disebabkan bank memberikan bagi hasil yang menguntungkan, lalu bagi hasil yang didapatkan sesuai dengan keuntungan usaha bank, dan sistem bagi hasil dalam pembagian keuntungan lebih aman dan terjamin sehingga nasabah akan terhindar dari produk perbankan yang mengandung riba.
3. Periklanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan firdaus pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh. Hal ini disebabkan karena design iklan yang menarik,

pesan yang disampaikan dalam produk tabungan firdaus dapat dipercaya, dan mendapatkan kemudahan dalam mencari informasi tentang produk bank.

4. Pelayanan, bagi hasil, dan periklanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan firdaus pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka selanjutnya peneliti menyampaikan saran-saran yang dapat memberikan manfaat dan masukan kepada pihak-pihak terkait atas penelitian ini. Adapun saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Bank Aceh Syariah

Pihak Bank Aceh Syariah cabang Banda Aceh dapat lebih meningkatkan pelayanan seperti lebih tanggap dalam memenuhi kebutuhan nasabah yang diinginkan sehingga nasabah akan merasa puas dalam menggunakan jasa bank.

2. Bank Aceh Syariah cabang Banda Aceh dapat meningkatkan promosi dalam bentuk iklan melalui media televisi dan membuat spanduk dilingkungan yang memungkinkan orang untuk membaca sehingga lebih memudahkan nasabah dalam mencari informasi mengenai produk tabungan firdaus. Dan Bank Aceh dapat lebih memperhatikan desain iklan, agar iklan yang dibuat

lebih kreatif dan menarik sehingga calon nasabah akan tertarik menggunakan produk tabungan firdaus.

3. Peneliti selanjutnya

Untuk penelitian selanjutnya disarankan lebih dikembangkan dengan menambah variabel-variabel bebas (*independent*) seperti variabel akad, citra, kepercayaan, atribut produk, dan lokasi untuk penyempurnaan penelitian-penelitian berikutnya yang berfokus terhadap kepuasan nasabah.



DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Rizal. (2011). Pengaruh Periklanan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. BPR Laksana Abadi Sunggal. *Jurnal ilmiah Abdi Ilmu*. Vol.4, No.1, Hal 515-529.
- Al-Arif, M. Nur Rianto. (2012). *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: alfabeta.
- Antonio, Muhammad Syafi'i. (2001). *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*. Jakarta : Gema Insani Press dan Tazkia Cendikia.
- Apriyanti, Reni. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Iklan Terhadap Kepuasan Nasabah (STUDI Kasus Pada Nasabah Yang Menabung di PT BNI Syariah Kantor Cabang Yogyakarta. *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Arikunto, Suharsimi. (2002). *Metodologi Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Budiyono, Iwan. (2013). Analisis Pengaruh Bagi Hasil dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus Pada Perbankan Syariah Kota Semarang). Politeknik Negeri Semarang.
- Engel, James F. Roger, D. Blacwell, Minsard, Paul W. (1994). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Faradita, Maya. (2018). Pengaruh Bagi Hasil (Nisbah) dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Bpd Kaltimara Syariah (Studi Kasus Pada Bank Bpd Kaltimara Kcps Harapan Baru Samarinda). *Skripsi*. Politeknik Negeri Samarinda.

- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program(IBM SPSS)*. Edisi 8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hastuti, N.W. 2013. Pengaruh Bagi Hasil, Iklan, Pelayanan, Akad, Kepercayaan dan Citra Terhadap Kepuasan Nasabah Menabung Mudharabah (Studi Kasus di BNI Syariah Kantor Cabang Yogyakarta. *Skripsi*. Universitas Islam Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Hastuti, Tuti. (2013). Kualitas Pelayanan Dan Pola Bagi Hasil Terhadap Kepuasan Nasabah Penyimpan Pada Bank Syariah. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*. Vol. 2, No 1, Hal 58-68.
- Hermawan, Agus. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Malang: Erlangga.
- <https://aceh.tribunnews.com/amp/2013/08/23/tabungan-firdaus-fitrah-dalam-usaha-syariah>. Diakses pada tanggal 25 Febuari 2019.
- <https://aceh.tribunnews.com/amp/2016/09/05/izin-konversi-bank-aceh-rampung>. Diakses pada tanggal 28 Juli 2019.
- <https://www.bankaceh.co.id>. Diakses pada tanggal 2 Febuari 2019.
- Husein, Umar. (2011). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Edisi 11. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Jonathan, Sarwono. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Lupiyoadi, Rambat. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 3. Jakarta: Salemba Empat.
- Karim, Adiwarmarman . (2004). *Bank Islam Analisis Fiqh dan Keuangan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

- Kasmir. (2010). *Pemasaran Bank*, Edisi Revisi Keempat. Jakarta : Kencana.
- _____. (2011). *Etika Customer Service*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Khoironi, Achmad. (2010). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Malang. *Skripsi*. Universitas Islam Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Kotler, Philip. (2002). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2 Edisi Milenium. Jakarta: PT. Prenhallindo.
- _____ dan Gary Amstrong. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1 Edisi ke 12. Jakarta: Erlangga.
- _____ dan Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. Edisi ke 12. Jakarta: Erlangga.
- Kusworo, Octarika. (2015). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Tabungan Terhadap Kepuasan Nasabah dengan Lokasi Sebagai Variabel Moderating. *Skripsi*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Madona, Fitri. (2017). Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang 16 Ilir Palembang. *Skripsi*. UIN Raden Fatah Palembang.
- Mubarok, Much Yai Lutfi. (2017). Analisis Pengaruh kualitas Layanan, Nilai Nasabah, dan Atribut Produk Perbankan Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Bank BNI Syariah cabang Yogyakarta. *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Muhammad. (2011). *Manajemen Bank Syariah*, Edisi Revisi Kedua. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.

- Pratiwi, Elci Dwi. (2016). Pengaruh Bukti Fisik dan Media Iklan terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan PT. Bank Jawa Barat dan Banten Syariah Kantor Cabang Pembantu Arcamanik Bandung. *Skripsi*. Universitas Pasundan Bandung.
- Purba, Asra Idrianssyah. (2017). Pengaruh Perubahan Bank Umum Syariah Terhadap Minat Menabung di Bank Aceh Syariah Pada Masyarakat Kabupaten Aceh Tenggara. Vol. 4, No. 1, Hal 73-86.
- Ridwan, Muhammad. (2005). *Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil (BMT)*. Yogyakarta: UII Press.
- Rofiq, Ahmad. (2004). *Fiqih Kontekstual dari Normatif ke Pemaknaan Sosial*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukardi. (2004). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Sunyoto, Danang. (2013). *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung: PT. Refika Aditama Anggota Ikapi.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. (2005). *Service, Quality Satisfaction*. Yogyakarta: ANDI.
- Yusandhi, Radhitya Kemara. (2012). Pengaruh Imbalan Bagi Hasil dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Mudharabah Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Banyuwangi. *Skripsi*. Universitas Jember.
- Zawir, I. (2000). *Analisis Risiko Perbankan Syariah*. Jakarta: Salemba Empat

LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner

KUESIONER

Penelitian Skripsi dengan Judul

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN NASABAH TABUNGAN FIRDAUS PADA PT. BANK ACEH SYARIAH CABANG BANDA ACEH

Assalamu'alaikum wr.wb

Responden yang terhormat,

Dalam rangka penyusunan tugas akhir yaitu skripsi sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar strata 1 (S1) Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh. Perkenalkan saya menyampaikan identitas diri:

Nama : Nur Afdhal

Nim : 150603078

Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Perbankan Syariah

Memohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk meluangkan waktu dalam penelitian ini dengan mengisi kuesioner ini dengan sejujur-jujurnya. Kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i ini sangat menentukan keberhasilan penelitian yang saya lakukan.

Atas kesedian Bapak/Ibu/Saudara/i meluangkan waktu mengisi kuesioner tersebut, saya ucapkan terima kasih.

Wassalum'alaikum wr.wb

Hormat Saya

Nur Afdhal

DATA RESPONDEN

A. Identitas Responden

Berilah tanda (✓) pada kotak yang sesuai dengan pilihan anda

1. Nama :
2. Jenis kelamin : Laki-laki Perempuan
3. Umur : ≤ 20 tahun 31- 40 tahun
 21 – 30 tahun > 40 tahun
4. Pendidikan terakhir :
 SMA/Sederajat S1
 Diploma S2
5. Pekerjaan :
 Mahasiswa(i) Karyawan
 Swasta PNS
 Wirausaha
 Lainnya

B. Kuesioner Penelitian

Petunjuk Pengisian Angket

Berilah tanda centang (✓) di bawah pada salah satu alternatif jawaban yang paling tepat dengan kriteria jawaban :

STS : Sangat Tidak Setuju

S :Setuju

TS : Tidak Setuju

SS : Sangat Setuju

KS : Kurang Setuju

1. Variabel Pelayanan (X_1)

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1.	Bank memiliki fasilitas yang lengkap dan memadai (<i>Tangibles</i>)					
2.	Pegawai selalu berpenampilan rapi, bersih dan professional (<i>Tangibles</i>)					
3.	Pegawai bank bersikap simpatik dalam menghadapi masalah atau komplain nasabah (<i>Reliability</i>)					
4.	Pegawai bank tanggap terhadap kebutuhan nasabah yang diinginkan (<i>Responsiveness</i>)					
5.	Pegawai bank memberikan rasa aman dalam memberikan layanan terhadap nasabah (<i>Assurance</i>)					
6.	Pegawai bank memberikan perhatian kepada nasabah (<i>Emphaty</i>)					

2. Variabel Bagi Hasil (X_2)

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1.	Saya mengetahui besaran bagi hasil disepakati pada waktu akad					
2.	Bagi hasil tergantung keuntungan usaha Bank Aceh Syariah bukan berasal					

Tabel Lanjutan

	dari setoran modal					
3.	Besaran bagi hasil yang didapatkan menguntungkan saya selaku nasabah					
4.	Dengan sistem bagi hasil keadilan dalam pembagian keuntungan lebih terjamin dan aman					

3. Variabel Periklanan (X₃)

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1.	Saya mendapatkan kemudahan untuk mencari informasi tentang produk tabungan firdaus					
2.	Saya tertarik dengan design iklan produk tabungan firdaus					
3.	Saya mendapatkan informasi tentang produk tabungan firdaus dengan jelas melalui berbagai media					
4.	Saya percaya pesan yang disampaikan dalam produk tabungan firdaus dapat dipercaya					

4. Variabel Kepuasan Nasabah (Y)

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1.	<p>Kepuasan pelanggan keseluruhan (overall customer service) Pelayanan di Bank Aceh Syariah sangat baik dan memuaskan</p>					
2.	<p>Dimensi kepuasan pelanggan Saya sangat senang dengan para pegawai bank sangat ramah dan cepat dalam melayani</p>					
3.	<p>Konfirmasi harapan (confirmation of expectation) Pelayanan yang diberikan pegawai bank sesuai dengan harapan</p>					
4.	<p>Niat beli ulang (repurchase intention) Fasilitas yang ada di Bank Aceh Syariah sangat lengkap sehingga nasabah akan menggunakan jasa kembali</p>					
5.	<p>Kesediaan untuk merekomendasi (willingness to Recommend) Saya akan merekomendasikan kepada orang lain/keluarga saya untuk menggunakan produk/jasa bank aceh syariah</p>					

Lampiran 2 : Tabulasi Karakteristik Responden

No	J.K	Umur	P.T	P
1	2	2	1	1
2	2	2	1	1
3	1	3	2	5
4	2	2	1	1
5	1	1	1	1
6	2	2	1	1
7	2	2	1	1
8	2	2	1	1
9	2	2	3	3
10	2	2	1	1
11	2	2	1	1
12	2	2	1	1
13	2	2	3	5
14	2	2	1	1
15	1	2	2	3
16	1	2	3	3
17	2	2	1	1
18	2	1	1	1
19	2	2	1	1
20	1	2	1	1
21	1	2	1	1
22	1	2	1	1
23	2	2	1	1
24	1	2	1	1
25	1	4	3	4
26	1	4	3	4
27	2	1	1	1
28	1	2	3	4

Lanjutan

29	1	4	3	4
30	1	4	3	4
31	1	2	3	3
32	2	2	3	3
33	1	2	4	3
34	2	2	3	5
35	1	2	3	5
36	2	1	1	1
37	1	2	3	3
38	1	2	3	3
39	1	2	3	5
40	2	1	1	1
41	2	2	3	3
42	2	2	1	1
43	2	2	1	1
44	2	2	1	1
45	2	2	1	1
46	1	2	1	1
47	1	2	1	1
48	1	2	1	1
49	2	2	1	1
50	2	2	1	1
51	2	2	1	1
52	2	2	1	1
53	2	2	1	1
54	2	2	1	1
55	2	2	1	1
56	2	2	3	3
57	1	4	4	2
58	1	4	1	4
59	1	4	3	2
60	2	3	3	4
61	2	2	1	1
62	2	2	1	1
63	2	2	1	1

Lanjutan

64	1	2	3	5
65	1	3	3	4
66	1	2	3	3
67	2	2	2	5
68	2	2	3	5
69	2	3	3	2
70	2	2	1	1
71	1	4	4	2
73	2	2	3	5
74	2	2	2	3
75	2	2	3	2
76	2	2	3	5
77	2	4	1	5
78	2	2	1	1
79	2	3	2	3
80	2	3	2	5
81	2	3	2	5
82	2	4	2	5
83	2	3	2	3
84	1	2	3	4
85	2	3	3	5
86	2	3	2	5
87	2	3	2	5
88	2	3	2	5
89	2	3	2	5
90	2	3	2	5
91	2	3	2	5
92	1	3	2	5
93	2	3	2	5
94	2	3	2	5
95	2	3	2	5
96	2	3	3	2

Lanjutan

97	2	3	3	5
98	2	3	4	5
99	2	3	3	2
100	2	2	1	1



Lampiran 3 : Jawaban Responden

NO	(X1)						(X2)				(X3)				(Y)				
	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	5
1	5	4	3	3	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4
2	4	4	3	2	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5
3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3
4	5	4	3	3	4	4	4	5	5	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4
5	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4
6	2	3	2	2	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3
7	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
8	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5
9	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4
11	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4
12	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4
13	4	4	4	3	4	4	3	2	3	4	2	2	3	3	4	3	3	3	4
14	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
15	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	3	4	4	2	4	5	5	4	4
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4
17	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4
18	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4
19	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4
20	3	4	2	3	3	3	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4
21	5	4	3	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
22	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4
23	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3	4	4	5	4	4	4	4
24	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	2	3	4	4	4	4
25	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
26	5	4	4	4	4	4	3	2	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4
27	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4
29	5	4	4	3	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
30	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4
31	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4
32	4	4	3	2	5	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4
33	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
34	4	3	4	3	4	4	5	4	3	4	5	5	4	4	4	3	4	4	4
35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
36	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
37	3	4	2	2	4	4	4	5	5	5	4	4	3	3	4	4	4	4	4
38	4	4	3	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
39	5	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4
40	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	3	4	3	4	4	4	4
41	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4
42	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4
43	5	3	2	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4
44	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
45	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
46	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
47	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3
48	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4
49	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4

50	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	3	3	4	4	3	3	4	4	4
51	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
52	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
53	5	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3
54	5	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4
55	3	4	2	2	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3
56	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
57	3	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
58	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
59	5	4	3	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4
60	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4
61	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3
62	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
63	5	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	2	3	4	4	4
64	4	4	3	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
65	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
66	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4
67	4	4	3	2	4	4	3	4	5	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4
68	5	4	3	3	4	4	5	4	5	5	4	4	3	4	5	4	4	5	4	4
69	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
70	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3
71	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
72	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	2	3	3	4	4	4	4
73	3	3	3	2	4	3	3	3	5	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3
74	5	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4
75	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
76	5	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
77	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4
78	5	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4
79	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3
80	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4
81	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
82	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4
83	5	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
84	3	4	2	2	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3
85	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
86	4	4	3	3	3	4	3	4	5	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4
87	5	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
88	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4
89	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5	4	3	4	4	4	4	4
90	3	4	2	2	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4
91	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
92	3	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	3	4	4	4	3
93	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	2	4	4	4	4	4	4
94	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
95	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	5	3	3	3	4	4	4
96	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
97	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	2	3	4	3	3	3	3	4	4	4
98	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4
99	3	4	3	2	3	4	3	3	4	3	5	4	5	5	4	3	4	4	4	3
100	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	2	2	3	3	4	4	4	4	4	4

Lampiran 4 : Karakteristik Responden

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	32	32.0	32.0	32.0
	Perempuan	68	68.0	68.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Umur

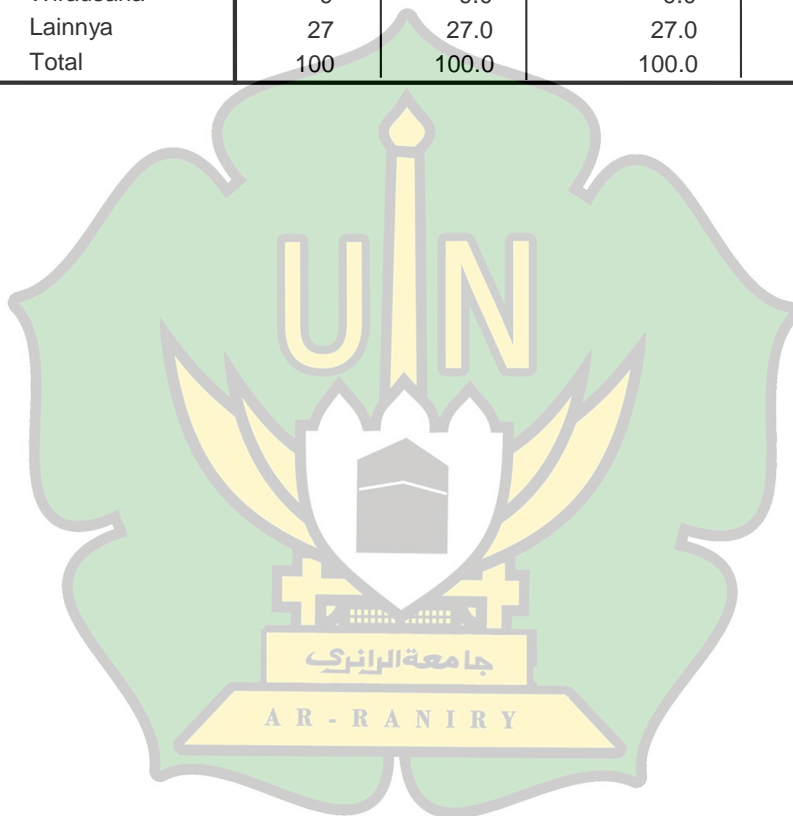
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	≤20 tahun	5	5.0	5.0	5.0
	21-30 tahun	62	62.0	62.0	67.0
	31-40 tahun	23	23.0	23.0	90.0
	> 40 tahun	10	10.0	10.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Pendidikan Terakhir

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMA	44	44.0	44.0	44.0
	Diploma	19	19.0	19.0	63.0
	S-1	33	33.0	33.0	96.0
	S-2	4	4.0	4.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulativ Percent
Valid	Pelajar/Mhs	42	42.0	42.0	42.0
	PNS	7	7.0	7.0	49.0
	Karyawan Swasta	15	15.0	15.0	64.0
	Wirausaha	9	9.0	9.0	73.0
	Lainnya	27	27.0	27.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	



Lampiran 5 : Hasil Ouput Uji Validitas

1. Variabel Pelayanan (X_1)

		Correlations						
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.171	.346**	.339**	.300**	.398**	.657**
	Sig. (2-tailed)		.089	.000	.001	.002	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.171	1	.401**	.412**	.336**	.297**	.566**
	Sig. (2-tailed)	.089		.000	.000	.001	.003	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.346**	.401**	1	.674**	.330**	.406**	.826**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.001	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.339**	.412**	.674**	1	.333**	.252*	.815**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000		.001	.011	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	.300**	.336**	.330**	.333**	1	.352**	.571**
	Sig. (2-tailed)	.002	.001	.001	.001		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.6	Pearson Correlation	.398**	.297**	.406**	.252*	.352**	1	.576**
	Sig. (2-tailed)	.000	.003	.000	.011	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1	Pearson Correlation	.657**	.566**	.826**	.815**	.571**	.576**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

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

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

2. Variabel Bagi Hasil (X_2)

		Correlations				
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.370**	.244*	.441**	.687**
	Sig. (2-tailed)		.000	.015	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.370**	1	.409**	.266**	.713**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.008	.000
	N	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.244*	.409**	1	.409**	.754**
	Sig. (2-tailed)	.015	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.441**	.266**	.409**	1	.717**
	Sig. (2-tailed)	.000	.008	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
X2	Pearson Correlation	.687**	.713**	.754**	.717**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

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

3. Variabel Periklanan (X_3)

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3
X3.1	Pearson Correlation	1	.451**	.247*	.472**	.735**
	Sig. (2-tailed)		.000	.013	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.451**	1	.271**	.266**	.656**
	Sig. (2-tailed)	.000		.006	.007	.000
	N	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.247*	.271**	1	.473**	.698**
	Sig. (2-tailed)	.013	.006		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	.472**	.266**	.473**	1	.798**
	Sig. (2-tailed)	.000	.007	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
X3	Pearson Correlation	.735**	.656**	.698**	.798**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

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

4. Variabel Kepuasan Nasabah (Y)

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y
Y.1	Pearson Correlation	1	.246*	.268**	.257**	.134	.649**
	Sig. (2-tailed)		.014	.007	.010	.185	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y.2	Pearson Correlation	.246*	1	.411**	.258**	.349**	.708**
	Sig. (2-tailed)	.014		.000	.010	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y.3	Pearson Correlation	.268**	.411**	1	.351**	.280**	.677**
	Sig. (2-tailed)	.007	.000		.000	.005	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y.4	Pearson Correlation	.257**	.258**	.351**	1	.472**	.657**
	Sig. (2-tailed)	.010	.010	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y.5	Pearson Correlation	.134	.349**	.280**	.472**	1	.608**
	Sig. (2-tailed)	.185	.000	.005	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y	Pearson Correlation	.649**	.708**	.677**	.657**	.608**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

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

Lampiran 6 : Hasil Output Uji Reabilitas

1. Variabel Pelayanan (X_1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.744	6

2. Variabel Bagi Hasil (X_2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.684	4

3. Variabel Periklanan (X_3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.695	4

4. Kepuasan Nasabah (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.659	5

Lampiran 7 : Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

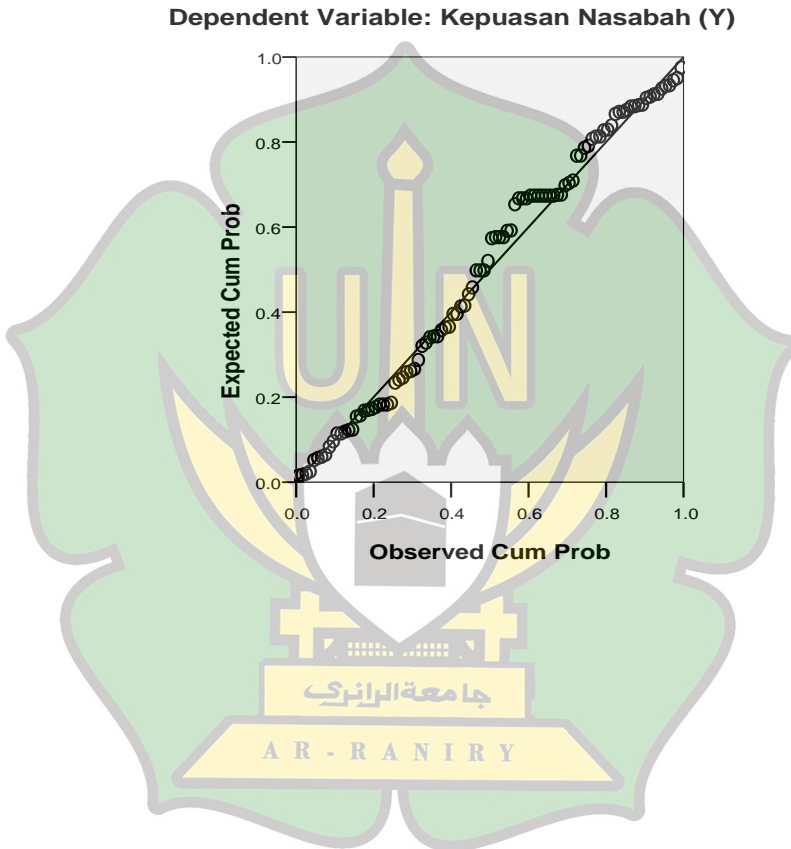
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.695	.290		2.395	.019
	Pelayanan (X1)	.317	.061	.385	5.215	.000
	Bagi Hasil (X2)	.335	.059	.416	5.668	.000
	Periklanan (X3)	.151	.053	.203	2.827	.006

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah (Y)



Lampiran 8 : Hasil Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Lampiran 9 : Uji Multikolinieritas**Coefficients^a**

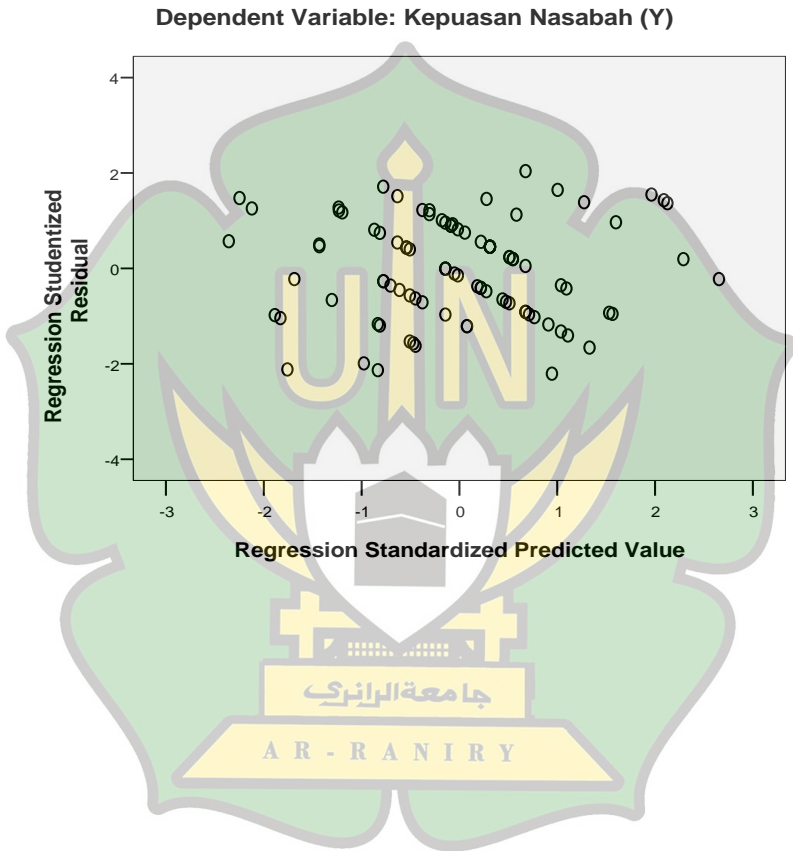
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Pelayanan (X1)	.849	1.177
	Bagi Hasil (X2)	.860	1.163
	Periklanan (X3)	.898	1.113

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah (Y)



Lampiran 10 : Uji Heteroskedastisitas

Scatterplot



Lampiran 11 : Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.745 ^a	.555	.541	.20919

- a. Predictors: (Constant), Periklanan (X3), Bagi Hasil (X2), Pelayanan (X1)
- b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah (Y)



Lampiran 12 : Uji F (Simultan)

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5.243	3	1.748	39.940	.000 ^a
	Residual	4.201	96	.044		
	Total	9.444	99			

a. Predictors: (Constant), Periklanan (X3), Bagi Hasil (X2), Pelayanan (X1)

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah (Y)



Lampiran 13 : Uji t (Parsial)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	.695	.290		2.395	.019
	Pelayanan (X1)	.317	.061	.385	5.215	.000
	Bagi Hasil (X2)	.335	.059	.416	5.668	.000
	Periklanan (X3)	.151	.053	.203	2.827	.006

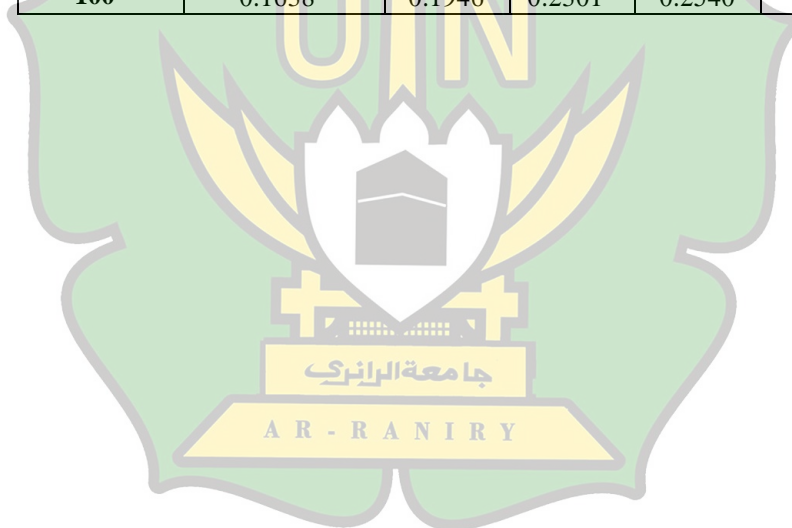
a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah (Y)



Lampiran 14 : r tabel

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487

85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211



Lampiran 15 : F tabel

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
119	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
121	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
122	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
123	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
124	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
125	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
126	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
127	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
128	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
129	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
130	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
131	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
132	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
133	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74

Lampiran 16 : t tabel

Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
Df	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66087	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326

115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

