

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN PENSIUN PEGAWAI NEGERI SIPIL DALAM
PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH
(Studi Pada PT. TASPEN (Persero) Cabang Banda Aceh)**



Disusun Oleh:

**Cut Mutiah Aksyah
NIM. 180602104**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
PROGRAM STUDY EKONOMI SYARIAH
BANDA ACEH
2022 M/1443 H**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Cut Mutiah Aksyah

NIM : 180602104

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini, saya:

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

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya

Banda Aceh 25 Juli 2022

Yang Menyatakan,



Cut Mutiah Aksyah

PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

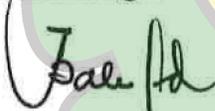
Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pensiun Pegawai Negeri Sipil dalam Perspektif Ekonomi Syariah (Studi Pada PT. TASPEN (Persero) Cabang Banda Aceh)

Disusun Oleh :

Cut Mutiah Aksyah
NIM. 180602104

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

Pembimbing I,



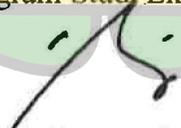
Dr. Zaki Fuad M. Ag
NIP. 196403141992031003

Pembimbing II,



Azimah Dianah, S.E., M.Si., Ak
NIDN. 2026028803

Mengetahui,
Ketua Program Studi Ekonomi Syariah



Dr. Nilam Sari, M.Ag
NIP. 1971031720080120

PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pensiun Pegawai Negeri Sipil Dalam Perspektif Ekonomi Syariah (Studi Pada PT. TASPEN (Persero) Cabang Banda Aceh)

Cut Mutiah Aksyah
NIM. 180602104

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

Pada Hari/Tanggal: Jumat, 22 Juli 2022 M
22 Zulhijjah 1443 H

Banda Aceh
Dewan Penguji Sidang Skripsi

Ketua


Dr. Zaki Fuaq, M. Ag
NIP. 196403141992031003

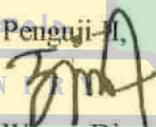
Sekretaris,


Azimah Diah, S.E., M.Si., Ak
NIDN. 2026028803

Penguji I,


Jalaluddin, M.A
NIDN. 2030126502

Penguji II,


Winny Dian Safitri, M.Si
NIP. 199005242022032002

Mengetahui,

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




Dr. Zaki Fuaq, M. Ag
NIP. 196403141992031003



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

Jl. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax. 0651-7552922
Web: www.library.ar-raniry.ac.id, Email: library@ar-raniry.ac.id

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

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Cut Mutiah Aksyah
NIM : 180602104
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Ekonomi Syariah
E-mail : 180602104@student.ar-raniry.ac.id

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

Tugas Akhir KKU Skripsi

yang berjudul:

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pensiun Pegawai Negeri Sipil Dalam Perspektif Ekonomi Syariah (Studi Pada PT. TASPEN (Persero) Cabang Banda Aceh)

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

secara *fulltext* untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut. UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di Banda Aceh

Pada Tanggal: 23 November 2022

Mengetahui:

Penulis,

Cut Mutiah Aksyah
NIM: 180602104

Pembimbing I,

Dr. Zaki Fuad, M. Ag
NIP. 196403141992031003

Pembimbing II,

Azimah Dianah, S.E., M.Si., Ak
NIDN. 2026028803

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji dan syukur Penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan karunia- Nya berupa ilmu pengetahuan, kesehatan dan petunjuk, sehingga skripsi dengan judul “**Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pensiun Pegawai Negeri Sipil dalam Perspektif Ekonomi Syariah (Studi Pada PT. TASPEN (Persero) Cabang Banda Aceh)**” dapat diselesaikan. Shalawat serta salam disampaikan kepada Nabi Muhammad SAW serta para sahabat dan pengikut-pengikutnya yang setia.

Skripsi ini ditulis sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan studi pada Strata Satu (S1) Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Penyelesaian skripsi ini tidak akan terlaksana tanpa adanya bantuan, kerjasama, bimbingan, dan arahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Dr. Zaki Fuad, M.Ag selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
2. Dr. Nilam Sari, M.Ag dan Cut Dian Fitri, SE., M.Si., Ak selaku ketua dan sekretaris Program studi Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
3. Muhammad Arifin, Ph.D, selaku ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.

4. Dr. Zaki Fuad, M.Ag selaku dosen Pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan arahan selama penyusunan skripsi.
5. Azimah Dianah, S.E., M.Si., Ak selaku dosen Pembimbing II yang telah memberikan waktu, tenaga, arahan, bimbingan, motivasi selama penyelesaian skripsi.
6. Hafidhah, SE., MSi, Ak. CA., selaku Penasihat Akademik yang telah memberikan pengarahan dan motivasi kepada penulis hingga dapat menyelesaikan studi.
7. Ana Fitria, SE., M. Sc., selaku dosen pembahas seminar proposal skripsi.
8. Seluruh dosen beserta staf Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry yang telah membantu, mendidik, dan memberikan ilmu yang ikhlas dan tulus selama penulis menjalankan masa studi.
9. Terima kasih kepada keluarga tersayang, skripsi ini penulis dedikasikasikan untuk Syahril M. Amin dan Cut Aklima Hamid S. Pd., selaku orang tua penulis yang telah membesarkan tanpa kekurangan suatu apapun, juga kepada Cut Meurak Bulan Aflah Aksyah S.Pd., M.Pd., selaku kakak dan juga Cut Intan Subbhi Aksyah selaku adik dari penulis yang selalu memberikan semangat dan dorongan yang luar biasa.

10. Terima kasih kepada sahabat-sahabat terbaik Nadya, Kautsar, Ghazy, Asy, Oja, Ayu, Wiwil dan Cipak serta teman-teman seperjuangan yang selalu mendukung dan berjuang bersama dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu yang telah membantu penulis selama proses penyusunan proposal skripsi ini.

Sebagai ungkapan rasa terima kasih yang mendalam penulis mendoakan semoga segala perhatian, bantuan, dukungan serta semangat yang telah diberikan mendapat balasan yang lebih baik dari Allah SWT. Akhirnya penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, karena sesungguhnya kesempurnaan hanyalah milik Allah SWT. Sehingga saran dan kritik dari pembaca sangat diharapkan. Harapan penulis, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat kepada banyak pihak.

جامعة الرانري
A R - R A N I R Y

Banda Aceh, 22 November 2022

Penulis

Cut Mutiah Aksyah
180602104

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	Ḥ	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	Ṣy	28	ء	’
14	ص	S	29	ي	Y
15	ض	Ḍ			

2. Vokal

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

a. Vokal Tunggal

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

Tanda	Nama	Huruf Latin
َ	<i>Fathah</i>	A
ِ	<i>Kasrah</i>	I
ُ	<i>Dammah</i>	U

b. **Vokal Rangkap**

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

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
َ ي	<i>Fathah dan ya</i>	Ai
ُ و	<i>Fathah dan wau</i>	Au

Contoh:

kaifa : كيف

haulā : هول

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
َ اِ	<i>Fathah dan alif</i> atau ya	Ā
ِ ي	<i>Kasrah dan ya</i>	Ī
ُ وِ	<i>Dammah dan wau</i>	Ū

Contoh:

qāla : قَالَ

ramā : رَمَى

qīla : قِيلَ

yaqūlu : يَقُولُ

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:

raudāh al-atfāl/ raudatul atfāl : رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ

al-Madīnah al-Munawwarah/ : الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ

al-Madīnatul Munawwarah

Ṭalḥah :

طَلْحَةَ

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 : Cut Mutiah Aksyah
NIM : 180602104
Fakultas/Prodi : Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pensiun Pegawai Negeri Sipil Dalam Perspektif Ekonomi Syariah (Studi Pada PT. TASPEN (Persero) Cabang Banda Aceh)
Pembimbing I : Dr. Zaki Fuad, M. Ag
Pembimbing II : Azimah Dianah, S.E., M.Si., Ak

Melihat peranan ASN yang sangat penting bagi pembangunan nasional, maka perlu diberikan perlindungan, pemeliharaan, serta peningkatan kesejahteraan sehingga dapat meningkatkan produktivitas kerja. Usaha peningkatan kesejahteraan Pegawai Negeri Sipil dan keluarganya setelah purna tugas dilakukan melalui penyelenggaraan program pensiun. Salah satu institusi pemerintah dalam memberikan pelayanan dana pensiun adalah PT TASPEN (Persero) Banda Aceh. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pensiunan Pegawai Negeri Sipil berdasarkan lima dimensi kualitas pelayanan yaitu *Tangible* (Bukti fisik layanan), *Reliability* (Keandalan), *Responsiveness* (Daya Tanggap), *Assurance* (Jaminan) dan *Empathy* (Empati) dalam perspektif Ekonomi Syariah pada PT.TASPEN (persero) Banda Aceh. Pendekatan penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif inferensial. Teknik analisis pada penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda dengan menyebarkan kuesioner. Hasil penelitian ini menyatakan seluruh variabel kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif terhadap kepuasan peserta pensiun Pegawai Negeri Sipil pada PT.TASPEN (persero) Banda Aceh. Variabel *Reliability* (Keandalan) dan *Empathy* (Empati) secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan pensiun Pegawai Negeri Sipil. Sedangkan *Tangible* (Bukti Fisik), *Responsiveness* (Daya Tanggap) dan *Assurance* (Jaminan) secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan pensiun Pegawai Negeri Sipil pada PT.TASPEN (persero) Banda Aceh.

Kata Kunci: *Kualitas Pelayanan, Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Kepuasan Pensiun*

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	iii
PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI	iv
PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI	v
FORM PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA	vi
KATA PENGANTAR	vii
TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN ...	x
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.4.1 Manfaat Teoretis.....	12
1.4.2 Manfaat Praktis	12
1.5 Sistematika Pembahasan	12
BAB II LANDASAN TEORI.....	14
2.1 Kepuasan Konsumen.....	14
2.1.1 Teori Kepuasan Konsumen	16
2.1.2 Kepuasan Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Syariah	20
2.1.3 Indikator Kepuasan Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Syariah.....	21
2.2 Kualitas Pelayanan.....	22
2.3 Kualitas Pelayanan dalam Perspektif Ekonomi Syariah .	25
2.4 <i>Tangible</i> (bukti fisik).....	29
2.4.1 Pengertian <i>Tangible</i> (bukti fisik).....	29
2.4.2 Indikator <i>Tangible</i> (bukti fisik)	30
2.5 <i>Reliability</i> (Keandalan)	31
2.5.1 Pengertian <i>Reliability</i> (Keandalan)	31

2.5.2	Indikator <i>Reliability</i> (Keandalan).....	32
2.6	<i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap).....	33
2.6.1	Pengertian <i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap).....	33
2.6.2	Indikator <i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)	33
2.7	<i>Assurance</i> (Jaminan).....	34
2.7.1	Pengertian <i>Assurance</i> (Jaminan)	34
2.7.2	Indikator <i>Assurance</i> (Jaminan).....	35
2.8	<i>Empathy</i> (Empati)	36
2.8.1	Pengertian <i>Empathy</i> (Empati)	36
2.8.2	Indikator <i>Empathy</i> (Empati).....	37
2.9	Penelitian Terkait	37
2.10	Keterkaitan Antar Variabel	49
2.10.1	Pengaruh <i>Tangible</i> (bukti fisik layanan) terhadap kepuasan konsumen.....	50
2.10.2	Pengaruh <i>Reliability</i> (keandalan) terhadap kepuasan konsumen.....	51
2.10.3	Pengaruh <i>Responsiveness</i> (daya tanggap) terhadap kepuasan konsumen.....	52
2.10.4	Pengaruh <i>Assurance</i> (jaminan) terhadap kepuasan konsumen.....	52
2.10.5	Pengaruh <i>Empathy</i> (empati) terhadap kepuasan konsumen	53
2.11	Kerangka Berpikir.....	54
2.12	Hipotesis.....	55
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		57
3.1	Desain Penelitian.....	57
3.2	Lokasi Penelitian.....	57
3.3	Sumber Data.....	58
3.4	Populasi Dan Sampel	58
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	60
3.6	Skala Pengukuran.....	60
3.7	Definisi Dan Operasional Variabel	61
3.8	Analisis Data	65
3.8.1	Uji Validitas	65
3.8.2	Uji Reliabilitas.....	66
3.9	Uji Asumsi Klasik.....	67
3.9.1	Uji Normalitas	67

3.9.2	Uji Multikolinearitas	67
3.9.3	Uji Heteroskedastisitas	67
3.10	Uji Hipotesis.....	68
3.10.1	Analisis Linear Berganda	68
3.10.2	Uji Parsial (Uji T).....	69
3.10.3	Uji Simultan (Uji F)	70
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		72
4.1	Gambaran Umum PT. Taspen (Persero) Cabang Banda Aceh	72
4.2	Visi Misi PT TASPEN (PERSERO) cabang Banda Aceh	73
4.3	Karakteristik Responden	74
4.3.1	Responden Menurut Jenis Kelamin.....	75
4.3.2	Responden Menurut Rentang Usia.....	75
4.3.3	Responden Menurut Pendidikan Terakhir.....	76
4.4	Deskripsi data penelitian	77
4.5	Hasil Jawaban Kuesioner	77
4.6	Uji Validitas	86
4.7	Uji Reliabilitas	90
4.8	Uji Asumsi Klasik	92
4.8.1	Uji Normalitas	92
4.8.2	Uji Multikolinearitas	93
4.8.3	Uji Heteroskedastisitas	95
4.9	Uji Hipotesis.....	96
4.9.1	Analisis Linear Berganda	96
4.10	Pembahasan.....	103
4.10.1	Pengaruh <i>Tangible</i> (Bukti Fisik) Terhadap Kepuasan Pensiun Pegawai Negeri Sipil dalam perspektif Ekonomi Syariah pada PT. TASPEN (Persero) Cabang Banda Aceh	103
4.10.2	Pengaruh Reliability (Keandalan) Terhadap Kepuasan Pensiun Pegawai Negeri Sipil dalam perspektif Ekonomi Syariah pada PT. TASPEN (Persero) Cabang Banda Aceh	105
4.10.3	Pengaruh Responsiveness (Daya Tanggap) Terhadap Kepuasan Pensiun Pegawai Negeri	

Sipil dalam Perspektif Ekonomi Syariah pada PT. TASPEN (Persero) Cabang Banda Aceh.....	107
4.10.4 Pengaruh Assurance (Jaminan) Terhadap Kepuasan Pensiun Pegawai Negeri Sipil dalam Perspektif Ekonomi Syariah pada PT. TASPEN (Persero) Cabang Banda Aceh	108
4.10.5 Pengaruh Empathy (Empati) Terhadap Kepuasan Pensiun Pegawai Negeri Sipil dalam Perspektif Ekonomi Syariah pada PT. TASPEN (Persero) Cabang Banda Aceh	110
4.10.6 Pengaruh <i>Tangible</i> (Bukti Fisik), <i>Reliability</i> (Keandalan), <i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap), <i>Assurance</i> (Jaminan) dan <i>Empathy</i> (Empati) Secara Simultan Terhadap Kepuasan Peserta Pensiun Pegawai Negeri Sipil dalam perspektif Ekonomi Syariah pada PT.TASPEN (Persero) Cabang Banda Aceh.....	112
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	114
5.1 Kesimpulan	114
5.2 Saran.....	115
DAFTAR PUSTAKA	117
LAMPIRAN	123
BIODATA.....	169



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terkait.....	44
Tabel 3.1 Definisi Dan Operasional Variabel.....	63
Tabel 4.1 Hasil jawaban kuesioner variabel X1	78
Tabel 4.2 Hasil jawaban kuesioner variabel X2	79
Tabel 4.3 Hasil jawaban kuesioner variabel X3	81
Tabel 4.4 Hasil jawaban kuesioner variabel X4	82
Tabel 4.5 Hasil jawaban kuesioner variabel X5	84
Tabel 4.6 Hasil jawaban kuesioner variabel Y	85
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel X1	87
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel X2.....	87
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel X3.....	88
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel X4.....	88
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel X5.....	89
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Variabel Y.....	90
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas.....	91
Tabel 4.14 Hasil Uji Normalitas	92
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinearitas	94
Tabel 4.16 Hasil Uji <i>Durbin-Watson</i>	96
Tabel 4.17 Analisis Regresi Linear Berganda	97
Tabel 4.18 Hasil Uji F.....	102
Tabel 4.19 Uji Determinasi (R^2).....	102

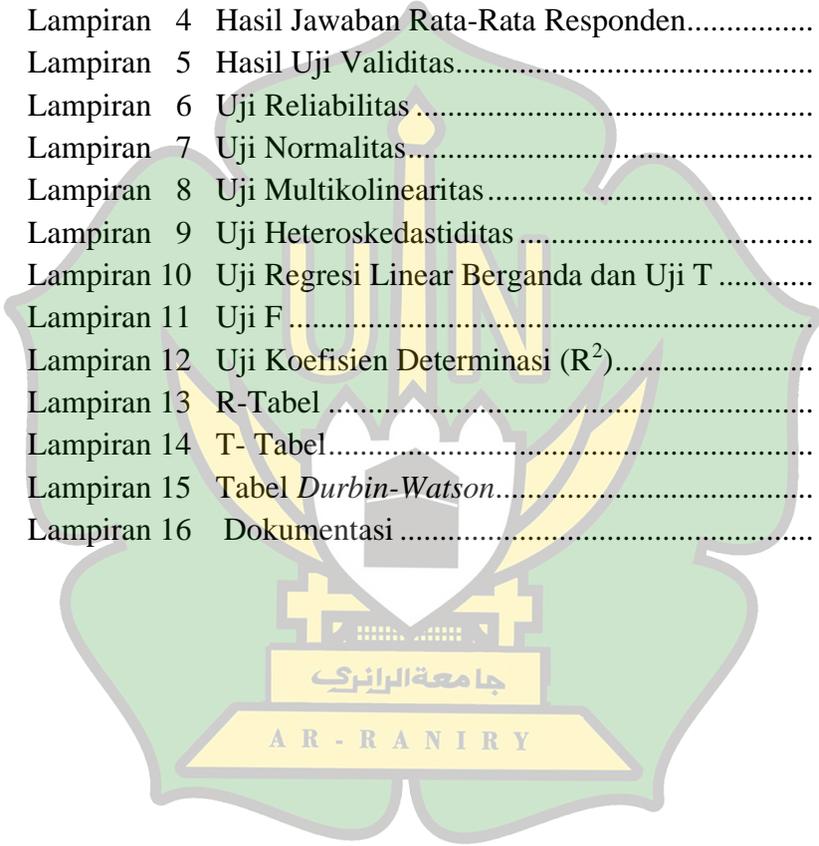
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Jumlah Data Pensiun PT. TASPEN (Persero)	4
Gambar 2.1 Skema Kerangka Pemikiran	54
Gambar 4.1 Jumlah Responden berdasarkan Jenis Kelamin...	75
Gambar 4.2 Jumlah Responden berdasarkan Rentang Usia....	76
Gambar 4.3 Jumlah Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir	76
Gambar 4.4 Hasil Uji Normalitas.....	93
Gambar 4.5 Hasil Uji Heteroskedastisitas	95



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian	123
Lampiran 2	Tabulasi Data Jawaban Pertanyaan 100 Responden.....	127
Lampiran 3	Karakteristik Responden.....	142
Lampiran 4	Hasil Jawaban Rata-Rata Responden.....	143
Lampiran 5	Hasil Uji Validitas.....	150
Lampiran 6	Uji Reliabilitas	152
Lampiran 7	Uji Normalitas.....	157
Lampiran 8	Uji Multikolinearitas	159
Lampiran 9	Uji Heteroskedastiditas	160
Lampiran 10	Uji Regresi Linear Berganda dan Uji T	161
Lampiran 11	Uji F	162
Lampiran 12	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	163
Lampiran 13	R-Tabel	164
Lampiran 14	T- Tabel.....	165
Lampiran 15	Tabel <i>Durbin-Watson</i>	166
Lampiran 16	Dokumentasi	167



BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Era modern saat ini manusia berlomba-lomba mengumpulkan harta demi kesejahteraan dan keberlangsungan hidupnya beserta keluarganya, sehingga pada dasarnya ketika manusia tersebut tidak mampu untuk beraktivitas lagi maka, diharuskan baginya untuk menyimpan ataupun mencadangkan kekayaannya untuk masa depan. Sesungguhnya di dalam Al Qur'an, Allah SWT telah memberikan petunjuk kepada manusia untuk menjadi kelompok yang solid dalam semua sisi kehidupan, dengan tidak boros terhadap hartanya demi masa depan yang lebih baik. Allah SWT berfirman:

وَلْيَحْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكُوا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّتَهُمْ ضَعْفًا خَافُوا عَلَيْهِمْ ۗ فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ وَلْيَقُولُوا
قَوْلًا سَدِيدًا - ٩

Artinya: *“Dan hendaklah takut (kepada Allah) orang-orang yang sekiranya meninggalkan keturunan yang lemah di belakang mereka yang mereka khawatir terhadap (kesejahteraan)nya. Oleh sebab itu, hendaklah mereka bertakwa kepada Allah, dan hendaklah mereka berbicara dengan tutur kata yang benar”*. (QS. An- Nisa' [4]: 9)

Muhammad Sayyid Thantawi berpendapat bahwa ayat di atas memerintahkan semua orang untuk bertindak secara adil, mengatakan yang benar dan tepat, dan memiliki kekhawatiran

terhadap apa yang akan terjadi seperti yang di gambarkan di atas (Shihab, 2002). Perintah tersebut dapat diuraikan bahwa betapa pentingnya pencadangan kekayaan di masa depan. Hal ini penting, dengan alasan bahwa ketika mereka memasuki usia lanjut dan bahkan pensiun sebagai Aparatur Sipil Negara (ASN), mereka tetap memiliki kebutuhan-kebutuhan pokok yang harus di penuhi. Dengan adanya pencadangan kekayaan ini, ketika seseorang memasuki usia yang tidak produktif, mereka sebenarnya masih memiliki sumber pendapatan. Mengingat hal tersebut, dana pensiun atau dana cadangan hari tua memegang peranan penting sebagai kelanjutan hidup seseorang di masa pensiun.

Melihat peranan ASN yang sangat penting bagi pembangunan nasional, maka perlu diberikan perlindungan, pemeliharaan, serta peningkatan kesejahteraan sehingga dapat meningkatkan produktivitas kerja. Berdasarkan Undang-Undang RI Nomor 5 Tahun 2014 pasal 1 ayat (1) disebutkan bahwa, “Aparatur Sipil Negara yang selanjutnya disingkat ASN adalah profesi bagi pegawai negeri sipil dan pegawai pemerintah dengan perjanjian kerja yang bekerja pada instansi pemerintah. Lebih jauh di dalam Undang-Undang ini pada pasal 1 ayat (3), tentang Aparatur Sipil Negara menyatakan bahwa, “Pegawai Negeri Sipil yang selanjutnya disingkat PNS adalah warga negara Indonesia yang memenuhi syarat tertentu, diangkat sebagai pegawai ASN secara tetap oleh pejabat pembina kepegawaian untuk menduduki jabatan pemerintahan. Sehingga PNS merupakan Pegawai ASN yang

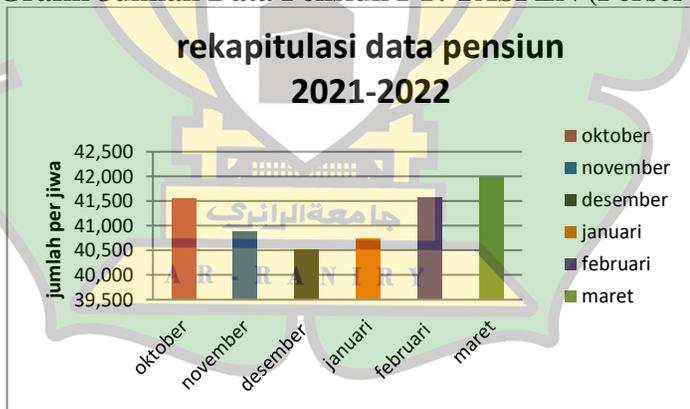
diangkat sebagai pegawai tetap oleh pejabat Pembina Kepegawaian dan memiliki nomor induk pegawai secara nasional”.

Upaya meningkatkan kesejahteraan Pegawai Negeri Sipil dan keluarganya pasca purna tugas dilakukan melalui penyelenggaraan program pensiun PNS. Berdasarkan keputusan menteri pertama RI No: 388/MP1960 Dinyatakan bahwa pentingnya menetapkan jaminan sosial bagi Pegawai Negeri Sipil dan keluarganya pada saat mengakhiri pengabdianya kepada negara. Program ini berpusat pada bantuan pemerintah kepada Pegawai Negeri Sipil, jaminan keuangan kepada peserta apabila mengalami risiko yang mengakibatkan peserta tersebut tidak mampu lagi bekerja karena sudah tua atau telah mencapai usia yang tidak efisien untuk menyelesaikan tugas pemerintah yang diberikan atau jaminan keuangan bagi ahli warisnya bila peserta tertimpa risiko kematian sebelum mencapai usia pensiun atau terancam meninggal dunia pada saat memasuki masa pensiun.

Salah satu lembaga yang mengelola dana pensiun sebagai tabungan jangka panjang yang dihimpun secara khusus bertujuan untuk memberikan manfaat kepada karyawan setelah purna tugas adalah PT TASPEN (Persero) Banda Aceh. Konsep pembayaran dana pensiun merupakan salah satu layanan yang disediakan oleh PT TASPEN (Persero) Banda Aceh, sebagai program untuk menjamin hari tua dan penghargaan masa kerja bagi Pegawai Negeri selama bekerja dalam dinas pemerintahan.

PT TASPEN (Persero) atau Dana Tabungan dan Asuransi Pegawai Negeri adalah Badan Usaha Milik Negara Indonesia yang menyelenggarakan asuransi tabungan hari tua dan dana pensiun bagi ASN dan pejabat Negara. “PT TASPEN (Persero) berperan sebagai lembaga yang menyelenggarakan Program asuransi sosial Pegawai Negeri Sipil dimana program yang terdiri dari Program pensiun Pegawai Negeri Sipil dan Tabungan Hari Tua (THT) dengan tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan Pegawai Negeri pada saat memasuki usia pensiun. Sehingga perusahaan ini menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari sejarah panjang abdi Negara di Indonesia”. (TASPEN, 2018)

Gambar 1.1
Grafik Jumlah Data Pensiun PT. TASPEN (Persero)



Sumber: Data diolah (2022)

Berdasarkan grafik gambar 1.1 terlihat bahwa jumlah pensiunan pada PT TASPEN (Persero) Banda Aceh mengalami peningkatan jumlah pensiunan setiap bulannya, sehingga perlu adanya peningkatan kualitas pelayanan yang efektif agar

terciptanya kepuasan yang maksimal kepada pensiunan yang ada pada perusahaan tersebut. Kehadiran PT. TASPEN khususnya pada kantor cabang Banda Aceh yang merupakan institusi pemerintah dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat sejauh ini tidak mengalami banyak masalah, hanya saja berdasarkan observasi awal yang peneliti lakukan terdapat beberapa pensiunan yang masih kurang puas terhadap pelayanan seperti tidak bisa klaim dana pensiun dan terkadang pelayanan tidak sesuai dengan yang sudah ditetapkan standar pelayanan 1 jam selesai setelah dokumen diserahkan ke PT TASPEN (Persero) untuk diproses serta sifat lanjut usia yang tergolong sensitif, membuat para pensiunan banyak membutuhkan penjelasan yang lebih jelas dan mendetail dari karyawan PT TASPEN (Persero) Banda Aceh.

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan individu setelah membandingkan kinerja atau melihat hasil dan kemudian membandingkan dengan asumsi. Tingkat kepuasan konsumen sangat bergantung pada sifat barang atau pelayanan. Estimasi kepuasan konsumen merupakan indikator dasar dalam memberikan layanan yang lebih baik, lebih efektif dan efisien. Dengan demikian, sebagian besar organisasi jasa saat ini memahami pentingnya konsumen bagi perusahaan dan berusaha untuk memberikan kepuasan kepada konsumen (Nababan & Oktaviani, 2018). Sehingga, strategi yang tepat dan akurat untuk kualitas pelayanan perlu direncanakan dan diimplementasikan dengan tepat.

Kualitas layanan yang sempurna dapat meyakinkan orang untuk menggunakan layanan ini (Astuti, Paweang, & Kustiyah, 2017).

Menurut Gobel, Ogotan, & Tampongangoy (2019) Dalam hal institusi pemerintah memberikan pelayanan, yang terpenting adalah bagaimana memberikan bantuan dan kemudahan kepada masyarakat. Kepuasan masyarakat terhadap pelayanan pada dasarnya tergantung bagaimana layanan tersebut dilakukan, sifat layanannya, dan bagaimana pelayanan yang diberikan.

Kualitas pelayanan erat kaitannya dengan kepuasan konsumen, di mana kualitas pelayanan mendorong konsumen untuk membangun hubungan yang erat dengan perusahaan. Akibatnya perusahaan mengharuskan pekerjanya untuk menyelidiki asumsi dan kebutuhan klien secara tepat. Ketika perusahaan mendapat citra yang positif dari pelanggan, berarti perusahaan tersebut telah menyediakan sistem administrasi terbaik terhadap pelanggan. Sistem tersebut dapat menciptakan loyalitas pelanggan, sehingga dapat mendorong pelanggan untuk menggunakan kembali layanan tersebut (Sinulingga dan Sihotang, 2021). Dalam konteks kepuasan konsumen, Allah SWT memerintahkan manusia untuk senantiasa berbuat kebaikan dan menjaga kepercayaan antarsesama. Dalam Al-Qur'an, Allah SWT menjelaskan terkait pelayanan jasa dalam surat Ali- Imran ayat 159:

فِيمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ ۖ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَأَنفَضُوا مِن
حَوْلِكَ ۖ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ ۗ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ
عَلَى اللَّهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya: “Maka berkat rahmat Allah engkau (Muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekitarmu. Karena itu maafkanlah mereka dan mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakal kepada-Nya”. (Q.S. Ali- Imran [3]:159)

Jadi, dengan kata lain kualitas pelayanan adalah setiap yang dapat menimbulkan kepuasan sepenuhnya terhadap konsumen sesuai dengan harapan dan kebutuhan yang diinginkan oleh konsumen.

Dalam Lovelock dan Wright (dikutip dalam Gobel *et al.*, 2018) terdapat lima dimensi kualitas pelayanan yang dikenal sebagai SERVAQUAL, antara lain *tangible* (bukti fisik), merupakan bukti fisik layanan dari perusahaan seperti fasilitas, penampilan pegawai, dan materi komunikasi, *responsiveness* (ketanggapan), merupakan tekad untuk memberikan pelayanan yang cepat dan akurat kepada pelanggan dengan menyampaikan informasi yang jelas, *reliability* (keandalan), merupakan

kemampuan organisasi jasa dalam memberikan pelayanan yang dijanjikan secara tepat dan terpercaya, *assurance* (jaminan dan kepastian), yaitu pengetahuan, kesopan santunan, dan kemampuan karyawan untuk meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan dan *emphaty* (empati) yang merupakan bentuk perusahaan dalam memberikan perhatian yang tulus dan bersifat pribadi kepada konsumen dengan upaya memahami keinginan mereka.

Menurut Jamhari (dikutip dalam Masturah, Hasnita, & Djakfar, 2017), “Agama Islam tidak mengenal adanya kebebasan beraqidah ataupun kebebasan beribadah, apabila seseorang memeluk Islam sebagai keyakinan aqidahnya, maka diwajibkan untuknya terikat dengan seluruh syariat Islam dan diwajibkan untuk menyembah Allah SWT sesuai dengan cara yang sudah ditentukan. Oleh karena itu, variabel-variabel yang diuji tidaklah murni menggunakan teori umum saja, tetapi juga menjadikan syariah sebagai landasan penilaian atas teori tersebut”.

Muhammad Ismail Yusanto menjelaskan dalam Islam, manusia dididik untuk menawarkan layanan sesuai dengan standar ekonomi syariah yaitu bersikap profesional, amanah, dan menjaga etos kerja.

Peneliti menemukan penelitian terkait dengan tema yang sama sehingga dapat menjadi acuan dalam penulisannya seperti penelitian yang dilakukan oleh Masturah *et al* (2017), hasilnya menyatakan bahwa indikator empati dan jaminan dari variabel

kualitas pelayanan secara parsial tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dan secara simultan variabel-variabel tersebut secara bersamaan menunjukkan pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Sementara pada tahun yang berbeda Gobel *et al* (2019), juga melakukan penelitian dengan hasil yang didapatkan adalah kualitas pelayanan administrasi berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan layanan peserta dengan indikator keandalan dan empati yang paling mempengaruhi kualitas pelayanan administrasi dan masing-masing dari hasil penelitian tersebut secara simultan, seluruh variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen. Jadi, setelah melihat hasil yang berbeda dari dua penelitian tersebut, sehingga menjadi alasan penulis untuk dilakukannya penelitian ini. Mengingat peran yang cukup strategis dari kepuasan konsumen terhadap kelangsungan hidup perusahaan, penulis tertarik untuk melakukan penelitian: **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pensiun Pegawai Negeri Sipil dalam Perspektif Ekonomi Syariah (Studi Pada PT. TASPEN (Persero) Cabang Banda Aceh)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka peneliti menentukan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh *Tangible* (bukti fisik layanan) terhadap kepuasan pensiun Pegawai Negeri Sipil pada PT.TASPEN (persero) Banda Aceh ?
2. Apakah terdapat pengaruh *Reliability* (keandalan) terhadap kepuasan pensiun Pegawai Negeri Sipil pada PT.TASPEN (persero) Banda Aceh ?
3. Apakah terdapat pengaruh *Responsiveness* (daya tanggap) terhadap kepuasan pensiun Pegawai Negeri Sipil pada PT.TASPEN (persero) Banda Aceh ?
4. Apakah terdapat pengaruh *Assurance* (jaminan) terhadap kepuasan pensiun Pegawai Negeri Sipil pada PT.TASPEN (persero) Banda Aceh ?
5. Apakah terdapat pengaruh *Empathy* (empati) terhadap kepuasan pensiun Pegawai Negeri Sipil pada PT.TASPEN (persero) Banda Aceh ?
6. Apakah *tangible* (bukti fisik layanan), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan) dan *empathy* (empati) secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pensiun Pegawai Negeri Sipil pada PT.TASPEN (persero) Banda Aceh ?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan, penelitian ini mempunyai beberapa tujuan, sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Tangible* (bukti fisik layanan) terhadap kepuasan pensiun Pegawai Negeri Sipil pada PT.TASPEN (persero) Banda Aceh.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Reliability* (keandalan) terhadap kepuasan pensiun Pegawai Negeri Sipil pada PT.TASPEN (persero) Banda Aceh.
3. Untuk mengetahui pengaruh *Responsiveness* (daya tanggap) terhadap kepuasan pensiun Pegawai Negeri Sipil pada PT.TASPEN (persero) Banda Aceh.
4. Untuk mengetahui pengaruh *Assurance* (jaminan) terhadap kepuasan pensiun Pegawai Negeri Sipil pada PT.TASPEN (persero) Banda Aceh.
5. Untuk mengetahui pengaruh *Empathy* (empati) terhadap kepuasan pensiun Pegawai Negeri Sipil pada PT.TASPEN (persero) Banda Aceh.
6. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan pembayaran Pegawai Negeri Sipil terhadap kepuasan pensiunan berdasarkan lima dimensi kualitas pelayanan yaitu *tangible* (bukti fisik layanan), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan) dan *empathy* (empati) pada PT.TASPEN (persero) Banda Aceh.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini ialah:

1.4.1 Manfaat Teoretis

a. Bagi UIN Ar- Raniry

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dalam menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dalam hal pembayaran terhadap kepuasan konsumen dan menjadi referensi untuk menambah bahan ajar kepada mahasiswa dan menambah wawasan mahasiswa terkait kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

1.4.2 Manfaat Praktis

a. Bagi PT.TASPEN (persero) cabang Banda Aceh

Dapat terlaksananya pelayanan yang optimal sebagai kontribusi bagi perusahaan dan sebagai salah satu indikator peningkatan mutu kerja karyawan dalam memberikan pelayanan kepada peserta pensiun. Sehingga PT.TASPEN (persero) dapat bersaing dengan perusahaan-perusahaan sejenis.

1.5 Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan penyelesaian penelitian ini, maka penulis menyusun sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

II LANDASAN TEORI

Pada bab ini membahas tentang berbagai teori, konsep, Temuan Penelitian Terkait, dan Kerangka Berfikir yang berkaitan dengan penelitian “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pensiun Pegawai Negeri Sipil dikaji dalam Perspektif Ekonomi Syariah (Studi Pada PT. TASPEN (Persero) Cabang Banda Aceh)” .

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini membahas tentang jenis penelitian, penentuan sampel, lokasi penelitian, jenis data penelitian, teknik pengumpulan data, dan juga metode analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini membahas pemaparan terkait pembahasan dan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti dan dikaitkan juga dengan kerangka teori.

BAB V PENUTUP

Bagian ini berisi kesimpulan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti dan juga terdapat masukan untuk peneliti selanjutnya yang akan menjadikan karya ini sebagai acuannya.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Kepuasan Konsumen

Menurut Lovelock dan Wirtz (dikutip dalam Sumartini dan Tias, 2019) Kepuasan merupakan sikap yang diperoleh berdasarkan pengalaman yang didapatkan. Umumnya, kepuasan (*satisfaction*) merupakan senang atau kecewanya perasaan suatu individu yang muncul akibat perbandingan kinerja yang dipersepsikan oleh suatu barang terhadap harapan mereka . Apabila kinerja gagal memenuhi harapan, konsumen akan merasa tidak puas. Apabila kinerja sesuai dengan harapan, konsumen akan merasa puas atau senang (Azhari, 2021). Hal ini berarti konsumen memiliki perasaan, sikap, atau keinginan terhadap suatu jasa atau produk setelah digunakan (Yi et al., 2021).

Ekspektasi konsumen memiliki peranan penting dan memiliki efek yang luar biasa dalam menentukan kualitas produk serta kualitas pelayanan dan dalam mengevaluasinya seseorang akan menggunakan ekspektasinya sebagai kriteria atau standar acuan. Karena konsumen merupakan orang yang menerima hasil pekerjaan dari individu atau organisasi, sehingga hanya mereka yang dapat menyampaikan apa dan bagaimana kebutuhan mereka serta menentukan kualitas seperti apa yang mereka harapkan (Sumartini dan Tias, 2019). Khusaini (dikutip dalam Masturah, Hasnita & Djakfar, 2017) menyatakan, selera konsumen dan asumsi untuk suatu barang terus berkembang, sehingga kualitas

dari produk dan jasa juga harus diubah. Dengan perubahan kualitas, pengembangan dan peningkatan kemampuan pekerja diperlukan, perubahan *compositions* produksi atau tugas, hingga perubahan lingkungan perusahaan supaya produk dan jasa dapat memenuhi atau melampaui asumsi konsumen.

Dapat dikatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan penilaian evaluasi setelah pembelian yang didapat dari konsekuensi dari penentuan pembelian tertentu (Nuralam, 2017). Menurut Sari dan Indriyani (2020) terdapat beberapa karakteristik dalam mengukur kepuasan konsumen, yaitu:

- 1) Sistem Keluhan dan Saran, organisasi jasa yang berfokus pada pelanggan akan memberikan peluang yang luar biasa kepada pelanggan untuk menyampaikan ide dan keluhan, misalnya, dengan memberikan kotak ide dan kartu komentar
- 2) Ghost shopping, adalah metode untuk mendapatkan kepuasan konsumen dengan mempekerjakan beberapa *apparition customers* untuk bertindak atau mengaku sebagai klien potensial. Kemudian, berdasarkan pengalaman, dalam kaitannya dengan pembelian produk-produk ini, mereka akan memberikan laporan terkait perbandingan kualitas serta kekurangan dari produk perusahaan serta produk dari pesaing berdasarkan persepsi mereka.
- 3) *Lost customer analysi*, Perusahaan akan mengabari konsumen atau jika tidak, mencari tahu pembeli yang tidak lagi membeli barang atau yang telah berganti produsen untuk

memahami alasan di balik mengapa pembeli ini pindah ke tempat lain.

- 4) Survey kepuasan pelanggan. Sebagian besar survei kepuasan konsumen dilakukan dengan menggunakan strategi yang berbeda, misalnya, teknik peninjauan, baik melalui tinjauan pos, e-mail, website maupun wawancara secara langsung.

Sehingga, apabila sebuah perusahaan mampu memenuhi ekspektasi konsumen terkait produk atau jasa serta mendapatkan penilaian yang maksimal dan terciptanya kepuasan bagi konsumen dibanding kompetitor-kompetitor yang ada. Maka perusahaan tersebut dapat memberikan produk atau jasa yang berkualitas (Setiawan dan Frianto, 2021).

2.1.1 Teori Kepuasan Konsumen

Kepuasan dan kekecewaan didapat dari suatu perbandingan antara dampak pada pelayanan yang diharapkan dan kesannya terhadap kinerja produk atau pelayanan tersebut. Sangadji dan Sopiah (2013: 183-187) menyatakan teori-teori yang membahas kepuasan konsumen sebagai berikut:

- a. Teori perasaan afektif eksperiental (*experientially affective felling theory*)

Menurut Jones (dikutip dalam Sangadji dan Sopiah, 2013), hipotesis ini menyatakan bahwa kepuasan individu akan dipengaruhi oleh sentimen baik dan buruk terkait dengan barang yang telah dibeli dan dikonsumsi.

b. Teori kepuasan (*the expectancy disconfirmation model*)

Teori kepuasan menjelaskan kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan merupakan dampak dari membandingkan harapannya sebelum pembelian dengan kinerja produk sesungguhnya. Sehingga pelanggan memiliki ekspektasi mengenai kinerja barang tersebut (*product performance*):

- a. Produk atau jasa berkinerja sangat baik. Kondisi ini dapat dikatakan sebagai diskonfirmasi positif (*positive disconfirmation*). Dengan adanya asumsi ini, maka *customer* akan merasa puas.
- b. Produk berkinerja seperti yang diharapkan. Kondisi ini disebut afirmasi sederhana (*simple confirmation*). Produk tersebut tidak akan memberikan rasa puas, tetapi juga tidak mengecewakan pembeli. Dengan cara ini, pembeli akan memiliki kecenderungan yang tidak memihak atau netral.
- c. Produk berkinerja lebih buruk dari yang diharapkan. Kondisi ini disebut diskonfirmasi negatif (*negative disconfirmation*). Barang yang kinerjanya tidak efektif dan tidak memenuhi asumsi pelanggan, dapat memicu frustrasi sehingga pembeli akan merasa kecewa.

Model yang mendasar dalam memahami dan memengaruhi kepuasan/ketidakpuasan konsumen (*consumer satisfaction/ dissatisfaction = CS/D*) adalah model diskonfirmasi asumsi, yang mengartikan CS/D sebagai “evaluasi yang dilakukan

bahwa penalaman.setidak-tidaknya sama baiknya sebagaimana seharusnya.”

Konsumen membandingkan asumsi kinerja mereka dengan kinerja produk yang aktual (*actual product performance*). Jika kualitas produk dan jasa jauh di bawah asumsi, konsumen mengalami ketidakpuasan emosional (*emotional dissatisfaction*). Ketika kinerja melampaui asumsi, konsumen merasakan kepuasan mendalam (*emotional satisfaction*). Bila kinerja sama dengan harapan, konsumen mengalami konfirmasi harapan (*expectancy confirmation*).

c. Teori keadilan

Salah satu metode untuk memahami kepuasan pelanggan adalah teori keadilan (*equity theory*). Teori keadilan menyatakan bahwa individu akan menganalisis rasio hasil (*outcomes*) dan masukan (*input*) mereka terhadap efek samping dari kontribusi teman mereka dalam perdagangan, dan dengan asumsi proporsinya lebih tinggi, konsumen akan merasa tidak adil.

Sesuai teori keadilan, semua pihak yang terlibat dengan perdagangan harus ditangani dengan sopan dan tepat. Dengan cara ini, kepuasan terjadi ketika proporsi hasil dan kontribusi untuk masing-masing pihak adalah serupa.

d. Teori atribusi, kegagalan produk dan kepuasan konsumen

Atribusi yang dibuat oleh pelanggan sangat berpengaruh terhadap pemenuhan pasca-pembelian dengan produk atau

jasa. Jika produk gagal atau kinerja berada dibawah asumsi, mereka akan mencoba melacak penyebab kekecewaan. Jika itu menunjukkan kekecewaan pada barang atau jasa itu sendiri, pelanggan akan merasa kecewa, tetapi dengan asumsi itu menunjukkan kekecewaan karena suatu hal yang tidak terduga atau keputusan mereka sendiri, mereka tidak mungkin merasa puas.

Ada tiga macam atribusi menurut Jones (dikutip dalam Sangadji dan Sopiah, 2013), yaitu: “1) atribusi kausal/ *causal attribution*, apabila terjadi kesalahan, konsumen akan menilai siapa yang harus disalahkan; 2) kontrol atribusi/ *control attribution*, klien akan melakukan survei terlepas dari apakah kekecewaan masih dalam kendali pengiklan; 3) atribusi keamanan/ *stability attribution*, konsumen akan memberikan penilaian jika mereka tidak senang dengan kinerja produk atau perusahaan, terlepas dari apakah ini akan dikemudian hari atau tidak. Jika mereka menerima jawabannya ya, intensitas kekecewaan yang mereka rasakan akan lebih tinggi”.

e. Kinerja produk aktual

Ilmuwan telah menemukan kesimpulan yang kuat bahwa kinerja produk dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, terlepas dari asumsi, pencapaian, dan atribusi. Selanjutnya, meskipun pembeli berharap bahwa suatu produk akan berhasil, mereka akan tetap kecewa jika produk tersebut efektif.

f. Afeksi dan CS/D

Spesialis melihat alur di mana pembelian dapat menyebabkan reaksi emosional, yang dengan demikian akan memicu sensasi CS/D. Jadi, selain pengetahuan kognitif bahwa asumsi ditegaskan atau tidak, perasaan yang mencakup siklus pasca-pembelian juga dapat memengaruhi kepuasan pembeli dengan produk atau layanan.

2.1.2 Kepuasan Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Syariah

Menurut Fitria (dikutip dalam Aprizal dan Mustika, 2021), “kepuasan dalam Islam berkaitan dengan keimanan seseorang sehingga dapat melahirkan rasa syukur. Kepuasan dalam Islam harus mempertimbangkan beberapa hal berikut: produk atau jasa yang di peroleh harus halal, dan dalam mengonsumsi suatu produk tidak boleh berlebih-lebihan dan tidak mengandung unsur riba”.

Konsumsi bukanlah aktifitas tanpa batas, tetapi terbatas oleh kehalalan dan keharaman yang disebutkan dalam Al-Qur'an surat Al-Maidah (87):

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تُحَرِّمُوا طَيِّبَاتِ مَا أَحَلَّ اللَّهُ لَكُمْ وَلَا تَعْتَدُوا إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُعْتَدِينَ

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu mengharamkan apa yang baik yang telah dihalalkan Allah kepadamu, dan janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya

Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas.” (Q.S. Al-Maidah [5] :87)

Larangan melampaui batas ini, dapat diartikan bahwa menghalalkan yang haram, atau sebaliknya, merupakan pelampauan batas kewenangan, karena hanya Allah SWT yang berwenang menghalalkan dan mengharamkan sesuatu (Shihab, 2002). Jalaluddin Al-Qasimi, dalam *Mau'idah al-Mukminin min ihya 'ulum al-Din*, menyatakan segala yang haram itu buruk bahkan sebagiannya ada yang lebih buruk dan sebaliknya, segala sesuatu halal tetapi ada sebagiannya yang jauh lebih baik dari yang lainnya. Misalnya lebih bersih, suci, dan murni (Holle, 2020). Ayat Al-Qur'an diatas dapat dijadikan landasan berkaitan dengan kepuasan konsumen yang berdasarkan mashlahah, seperti tidak berlebihan dalam mengkonsumsi sesuatu. Dalam ekonomi syariah, seorang konsumen memiliki kecenderungan memilih ditentukan oleh kebutuhan dan keinginan. Sehingga, mereka lebih memilih produk dan jasa yang akan memberikan dampak masalah yang tinggi untuk memenuhi kebutuhannya.

2.1.3 Indikator Kepuasan Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Syariah

Adapun indikator kepuasan konsumen menurut Kotler (dikutip dalam Satriady, 2022) yaitu:

1. *repurchase*, yaitu keadaan dimana pelanggan akan datang lagi ke perusahaan untuk membeli kembali produk atau jasa.

2. Menciptakan citra produk dengan kesan yang baik, sehingga konsumen tidak akan peduli terhadap merek dan iklan dari produk pesaing .
3. Membuat pilihan pembelian, pelanggan akan setia pada barang yang diberikan, sehingga mereka akan setia pada satu perusahaan.

Menurut Sirhan dan Wahyu (dikutip dalam Fuadi et al., 2021) banyak konsumen menggunakan item tertentu dan setiap pembeli menggunakannya dengan cara yang tidak terduga. Sehingga, estimasi tingkat kepuasan konsumen secara keseluruhan memiliki beberapa indikator yaitu:

- a. Kesesuaian harapan
- b. Minat berkunjung kembali
- c. Kesiediaan merekomendasikan
- d. Loyalitas

Dari uraian diatas maka dapat disimpulkan apabila konsumen memiliki keempat indikator pengukuran kepuasan tersebut maka, mereka tidak akan mudah untuk beralih ke produk atau jasa lainnya yang dapat menawarkan harga lebih rendah dan sebagainya (Fuadi et al., 2021).

2.2 Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah suatu penilaian pelanggan terhadap pelayanan atas produk atau jasa yang mereka terima (*perceived service*) dengan tingkat pelayanan yang diinginkan atau

diharapkan (*expected service*). Kualitas pelayanan bagi produsen adalah spesifikasi suatu produk atau jasa yang disesuaikan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen (Idrus, 2019).

Selanjutnya Idrus (2019) juga menyatakan terkait upaya memuaskan konsumen tidak hanya dengan cara memberikan yang terbaik kepada mereka, namun juga dapat menciptakan suasana interaktif kepuasan sehingga terjadi hubungan yang berlangsung dalam jangka panjang (*loyalitas*) antara produsen dan konsumen. Berdasarkan definisi-definisi tersebut maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah kesan dan perasaan konsumen terhadap pelayanan yang telah diberikan oleh sebuah perusahaan (Kurniasih, 2021).

Tjiptono dan Chandra (dikutip dalam Gofur, 2019) menjelaskan ada dua faktor yang dapat mempengaruhi kualitas sebuah layanan, yaitu: *expected service* (layanan yang diharapkan) dan *perceived service* (layanan yang diterima). Apabila pelayanan yang diperoleh sesuai bahkan memenuhi ekspektasi pelanggan maka jasa tersebut dikatakan baik atau positif. Jadi, apabila *perceived service* melebihi *expected service*, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas ideal atau sebaliknya.

Kepuasan konsumen sangat berkaitan dengan kualitas pelayanan (Rigopoulou et al., 2008; Uzir et al., 2020). Smith dan Ennew berpendapat bahwa komponen penting untuk kinerja perusahaan dan sumber keunggulan perusahaan terletak pada pelayanan yang diberikan. perusahaan yang lalai memberikan

dukungan besar kepada pembeli akan menghadapi beberapa kemalangan, seperti meningkatkan jumlah keluhan dari pembeli, dan memperoleh *word of mounth* yang negatif (Sundari, 2021).

UU RI no.25 Tahun 2009 menyatakan “pelayanan publik adalah kegiatan atau rangkaian kegiatan dalam rangka pemenuhan kebutuhan pelayanan sesuai dengan peraturan perundang-undangan bagi setiap warga negara dan penduduk atas barang , jasa dan/ atau pelayanan administratif yang disediakan oleh penyelenggara pelyanan publik”. Undang-undang tentang pelayanan publik bertujuan untuk memberikan kepastian hukum terhadap hubungan antara masyarakat dan penyedia layanan publik (Rahmadana et al., 2020).

Kasmir menyebutkan terkait ciri-ciri pelayanan yang baik, diantaranya adalah (dikutip dalam Rahmadana et al., 2020):

- 1) Tersedianya kebutuhan prasarana dan sarana yang baik.
- 2) Adanya petugas dan karyawan yang baik.
- 3) Memiliki tanggung jawab terhadap konsumen.
- 4) Dapat memberikan pelyanan dengan cepat dan akurat.
- 5) Adanya kemampuan berkomunikasi yang baik.
- 6) Memiliki keterampilan dan wawasan yang baik.
- 7) Berusaha untuk dapat memahami kebutuhan konsumen.
- 8) Menjamin kerahasiaan setiap transaksi.
- 9) Dapat menciptakan kepercayaan terhadap konsumen.

2.3 Kualitas Pelayanan dalam Perspektif Ekonomi Syariah

Agama Islam mengatur segala lini kehidupan. Sebagai solusi dan juga sebagai petunjuk atas segala permasalahan hidup, Allah SWT menurunkan Al-Qur'an sebagai pedoman hidup. Allah SWT berfirman dalam QS. An-Nahl ayat 89:

وَيَوْمَ نَبْعَثُ فِي كُلِّ أُمَّةٍ شَهِيدًا عَلَيْهِمْ مِّنْ أَنفُسِهِمْ وَجِئْنَا بِكَ شَهِيدًا عَلَىٰ هَٰؤُلَاءِ ۗ وَنَزَّلْنَا عَلَيْكَ الْكِتَابَ تِبْيَانًا لِّكُلِّ شَيْءٍ وَهُدًى وَرَحْمَةً وَبُشْرَىٰ
لِّلْمُسْلِمِينَ

Artinya: *“Dan (ingatlah) pada hari (ketika) Kami bankitkan pada setiap umat seorang saksi atas mereka dari mereka sendiri, dan Kami datangkan engkau (Muhammad) menjadi saksi atas mereka. Dan kami turunkan Kitab (Al-Qur'an) kepadamu untuk menjelaskan segala sesuatu, sebagai petunjuk, serta rahmat dan kabar gembira bagi orang yang berserah diri (Muslim)”* (Q.S. An-Nahl [16] : 89).

Oleh karena itu, apapun perbuatan yang dilakukan dalam hidup sangat terikat dengan aturan syariah. Begitu juga dalam pelayanan, segala keterkaitan perilaku harus berdasarkan norma syariah yang berprinsip pada nilai etika dan moral. Saat ini, dengan berkembangnya perusahaan jasa syariah telah memberikan nuansa baru dalam mengukur kualitas layanan (Sundari, 2021). Dalam Islam diajarkan apabila organisasi jasa syariah ingin memberikan layanan jasa, harus memberikan pelayanan yang berkualitas kepada

konsumen dan tidak boleh memberikan pelayanan yang tidak berkualitas.

Yusanto (2002) berpendapat, “dalam Islam diajarkan untuk menerapkan prinsip ekonomi syariah yakni bersikap profesional, amanah, dan memelihara etos kerja dalam memberikan pelayanan”. Hal ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Bersikap Profesional

Dalam kehidupannya, setiap individu diharuskan untuk tetap mempertahankan hidupnya. Bekerja merupakan salah satu cara manusia untuk mendapatkan penghasilan dalam mencukupi kebutuhannya, yang mana itu wajib hukumnya. Yang pasti, individu terhormat adalah orang yang paling banyak memberikan manfaat kepada semua orang di sekitarnya. Allah SWT berfirman dalam Al-Qur'an surah Al-Bayyinah ayat 7:

إِنَّ الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ أُولَٰئِكَ هُمْ خَيْرُ الْبَرِيَّةِ ۗ

Artinya: “Sungguh, orang-orang yang percaya dan mengerjakan, mereka adalah sebaik-baik makhluk.” (Q.S. Al-Bayyinah [98] : 07).

Dalam hadits disebutkan pula terkait berlaku secara profesional dalam bekerja :

عَنْ عَائِشَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهَا قَالَتْ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ:

إِنَّ اللَّهَ تَعَالَى يُحِبُّ إِذَا عَمِلَ أَحَدُكُمْ عَمَلًا أَنْ يُتَّقِنَهُ (رواه الطبرني

والبيهقي)

Artinya: *Dari Aisyah r.a., sesungguhnya Rasulullah s.a.w. bersabda: “Sesungguhnya Allah mencintai seseorang yang sedang bekerja, mengerjakannya secara profesional”.* (HR. Thabrani, No: 891, Baihaqi, No: 334).

Selain memberi perintah untuk bekerja, Islam juga membimbing setiap umatnya untuk dapat bersikap profesional di semua aspek. Bersikap profesional dapat dicirikan dalam tiga hal, yaitu:

- 1) *Kafa'ah* (ahli dalam bidang pekerjaan yang dilakukan),
- 2) *Himmatul-'amal* (memiliki sikap kerja keras yang tinggi dan optimis),
- 3) *Amanah* (bertanggung jawab untuk menyelesaikan setiap tugas atau komitmen yang diberikan).

Supaya konsumen merasa puas terhadap layanan yang diberikan, maka dalam memberikan pelayanan sebuah perusahaan harus memenuhi tiga hal tersebut.

b. Bersikap Amanah

Rasulullah SAW menyuruh setiap manusia agar senantiasa menjaga amanah yang diberikan kepadanya. Hal ini telah dinyatakan dalam Al-Qur'an surah Al- Ahzab ayat 72:

نَا عَرَضْنَا الْأَمَانَةَ عَلَى السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ وَالْجِبَالِ فَأَبَيْنَ أَنْ يَحْمِلْنَهَا

وَأَشْفَقْنَ مِنْهَا وَحَمَلَهَا الْإِنْسَانُ إِنَّهُ كَانَ ظَلُومًا جَهُولًا

Artinya: “*Sesungguhnya Kami telah menawarkan amanat kepada langit, bumi dan gunung-gunung; tetapi semuanya enggan untuk amanat itu dan mereka khawatir tidak akan melaksanakannya (berat), lalu dipikullah amanat itu oleh manusia. Sungguh, manusia itu sangat zalim dan sangat bodoh*” (Q.S. Al-Ahzab [33] : 27)

Rasulullah SAW memberi gambaran orang yang beriman dan memuliakan agamanya adalah orang yang menjaga amanah. Setiap muslim yang bersikap profesional haruslah memiliki sikap amanah, yakni terpercaya dan tanggung jawab. Sehingga ,sikap amanah merupakan sifat mutlak yang harus ada pada diri seorang pebisnis muslim.

c. Memelihara Etos Kerja (Bersungguh-sungguh)

Menurut Widjajakusuma pendorong utama bagi setiap Muslim ketika bekerja adalah menurut pandangan Islam semua aktivitas yang dilakukan ketika bekerja akan bernilai ibadah, karena bekerja ialah suatu kewajiban yang akan dilihat sebagai ibadah. Etos kerja yang tinggi dapat dilihat bagaimana seseorang itu mampu mengimplementasikannya dalam seluruh aktivitas kehidupannya baik aktivitas ubuddiyah maupun duniawi (Fatwa,Muhammad dan Muhizar, 2022)

Kualitas Layanan (ServQual) merupakan konsep layanan bagi perusahaan yang dapat diandalkan untuk dapat bertahan di tengah era persaingan bisnis yang semakin ketat. Model SERVQUAL adalah kerangka kerja yang menangkap serta mengukur kualitas pelayanan yang dialami oleh konsumen yang terdiri lima dimensi (Kim, 2021). Sebuah perusahaan memberikan layanan tidak hanya bertujuan untuk memberikan kepuasan terhadap konsumen semata. Bagi setiap muslim dalam memberikan pelayanan harus berlandaskan pada nilai-nilai Islami agar dapat terwujudnya ketaqwaan dan konsistensi keimanan dalam menjalankan syariat Islam. Terdapat lima dimensi dalam mengukur kualitas pelayanan.

2.4 *Tangible* (bukti fisik)

2.4.1 *Pengertian Tangible* (bukti fisik)

Profesionalitas sebuah perusahaan jasa dapat terlihat melalui bukti fisik yang ditampilkan. Artinya sebuah perusahaan jasa tidak dapat disebut profesional jika tidak dapat memberikan bukti fisik yang dapat dilihat oleh konsumen. Oleh karena itu, perusahaan jasa syariah perlu melakukan inovasi desain bentuk fisik bangunan dan menyediakan perangkat yang mendukung operasional agar konsumen dapat dengan nyaman dan memiliki kepercayaan terhadap perusahaan tersebut (Wijaya, 2021). Rasulullah SAW bersabda:

عَنْ سَعْدِ بْنِ أَبِي وَقَّاصٍ عَنْ أَبِيهِ عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ إِنَّ اللَّهَ طَيِّبٌ يُحِبُّ
الطَّيِّبَ نَظِيفٌ يُحِبُّ النَّظَافَةَ كَرِيمٌ يُحِبُّ الْكَرَمَ جَوَادٌ يُحِبُّ الْجَوَادَ فَنَظِّفُوا أَفْتَبَتْكُمْ

Artinya: “*sesungguhnya Allah Ta’ala itu baik (dan) menyukai kebaikan, bersih (dan) menyukai kebersihan, mulia (dan) menyukai kemuliaan, bagus (dan) menyukai kebagusan. Oleh sebab itu bersihkanlah lingkunganmu.*” [H.R. Tirmidzi].

Dalam hadits tersebut menyatakan, Allah SWT menyukai umatnya yang menjaga kebersihan lingkungan. Sehingga apabila lingkungan bersih maka kualitas pelayanan akan menjadi baik.

Hal ini ditunjukkan dengan penampilan yang mencerminkan nilai-nilai Islam, seperti aksesibilitas kantor, kerapihan dan kenyamanan, serta beberapa indikator berbeda yang dapat menegakkan organisasi pelayanan syariah untuk membantu setiap Muslim meningkatkan keimanan dan ketaqwaanya (Wijaya, 2021).

2.4.2 Indikator *Tangible* (bukti fisik)

Tagibles (bukti fisik) adalah kemampuan untuk menunjukkan properti, seperti keadaan gedung yang bersih, nyaman, dengan interior yang menarik, tempat parkir yang aman, eskalator, keamanan, AC, serta menjaga penampilan dan keterampilan karyawan (Sugiarti dan Meilani, 2021).

2.5 Reliability (Keandalan)

2.5.1 Pengertian Reliability (Keandalan)

Reliability (Keandalan) adalah kemampuan menyampaikan informasi kepada konsumen secara handal dan akurat, sehingga konsumen bisa merasakan dan memberikan kesan secara langsung terhadap layanan yang diberikan oleh perusahaan terjamin, tepat, dan memberikan kemudahan bagi konsumen (Sundari, 2021).

Sundari (2021) juga menyatakan, sebuah perusahaan jasa syariah diwajibkan untuk dapat menyediakan pelayanan yang telah dijanjikan secara handal dan akurat. Hal ini berdasarkan sabda Rasulullah SAW :

مَنْ نَفَسَ عَنْ مُؤْمِنٍ كُرْبَةً مِنَ الدُّنْيَا ، نَفَسَ اللَّهُ عَنْهُ كُرْبَةً مِنْ كُرْبِ يَوْمِ الْقِيَامَةِ ، وَمَنْ يَسَّرَ عَلَى مُعْسِرٍ ، يَسَّرَ اللَّهُ عَلَيْهِ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ ، وَمَنْ سَتَرَ مُسْلِمًا ، سَتَرَهُ اللَّهُ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ ، وَاللَّهُ فِي عَوْنِ الْعَبْدِ مَا كَانَ الْعَبْدُ فِي عَوْنِ أَخِيهِ

Artinya: “Barangsiapa yang melapangkan satu kesusahan dunia dari seorang Mukmin, maka Allah melapangkan darinya satu kesusahan di hari kiamat. Barangsiapa memudahkan orang yang sedang kesulitan niscaya akan Allah mudahkan baginya di dunia dan akhirat dan siapa yang menutupi (aib) seorang muslim Allah akan menutup aibnya di dunia dan akhirat. Allah selalu menolong hamba-Nya selama hambanya-Nya menolong

saudaranya”. [H.R. Muslim dari Abu Hurairah dalam sahihya nomor 2699, riwayat imam ahmad dalam musnadnya dari Abu Hurairah sebagaimana dalam Al-Jami’u’ s-Saghir II/8741, dan Riwayat Bukhari dalam Al-Jami’u’ s-Saghir II/9108].

Oleh karenanya, sebuah perusahaan pelayanan syariah harus dapat memberikan pelayanan yang dipublikasikannya secara handal dan akurat (Haryanto, 2020).

2.5.2 Indikator *Reliability* (Keandalan)

Reliability (Keandalan) adalah kemampuan dalam peningkatan pelayanan yang segera, tepat waktu, akurat dan memuaskan (Sugiarti dan Meilani, 2021). Akhmad (dikutip dalam Zuhri & Haryanto, 2016) menyatakan Aspek *Reliability* ini terkandung dalam sifat *siddiq*. Dimensi *siddiq* (kebenaran, keaslian) wajib menjadi landasan kehidupan setiap Muslim mengingat kenyataan bahwa hidup kita bergantung kepada Allah SWT., sehingga kehidupan di bumi ini harus dijalankan dengan tepat. Tujuan hidup seorang Muslim telah tergambar dengan jelas dalam sifat *siddiq* ini, kemudian muncul ide-ide bawahan umum dari aspek ekonomi dan bisnis yang efektif (untuk menuju tujuan yang benar) dan produktivitas (menggunakan strategi dan teknik yang tidak menyebabkan pemborosan.).

2.6 Responsiveness (Daya Tanggap)

2.6.1 Pengertian Responsiveness (Daya Tanggap)

Menurut Ririn, et. al., (dikutip dalam Haryanto, 2020) *Responsiveness* (Daya Tanggap) berhubungan dengan kerelaan karyawan perusahaan dalam menyediakan bantuan kepada konsumen serta kemampuan untuk memberikan pelayanan secara cepat (responsif) dan tepat.

Responsivitas adalah bagian dari profesionalisme. Perusahaan yang mahir akan berfokus memberikan pelayanan terbaik, mempertimbangkan asumsi dan ide konsumen dan meresponnya dengan cepat dan tepat. Jika tidak, berarti manajemen perusahaan tersebut telah mendzalimi konsumen. Allah SWT memerintahkan kepada manusia untuk tertib dan bersungguh-sungguh dalam segala aktivitasnya, sebagaimana firman-Nya dalam Qs. Al- Insyirah [94] : 7

فَإِذَا فَرَغْتَ فَانصَبْ

Artinya: “Maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain” (QS. . Al- Insyirah [94] : 7)

2.6.2 Indikator Responsiveness (Daya Tanggap)

Pelayanan yang responsif, juga sangat dipengaruhi oleh sikap *customer service*. diantaranya ialah ketulusan dan kesigapan dalam menjawab pertanyaan atau permintaan konsumen.

Aspek Responsiveness merupakan bagian dari sifat tabligh. Sifat tabligh (komunikasi, keterbukaan, pemasaran) adalah

kewajiban setiap Muslim untuk berdakwah, yaitu memanggil, menyeru, memberitahu. Apabila sifat ini telah dimiliki oleh setiap Muslim, terutama mereka yang terlibat dalam aspek keuangan dan bisnis, maka, pada saat itu, semua pengusaha keuangan dan bisnis dapat menjadi pemasar yang kuat dan lihai (Sugiarti dan Meilani, 2021).

2.7 Assurance (Jaminan)

2.7.1 Pengertian Assurance (Jaminan)

Assurance (Jaminan) merupakan wawasan, kesopan, dan kemampuan karyawan untuk meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan. Terdapat beberapa indikator dalam dimensi ini yaitu komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan sopan santun (Siregar, 2021).

Ririn, et. al., (dikutip dalam Haryanto, 2020) menerangkan, wawasan karyawan terhadap produk luas, kemahiran ketika menjelaskan produk, sikap yang menyenangkan atau sopan, dan kemampuan karyawan untuk mengembangkan kepercayaan klien. Informasi dan kemampuan dalam suatu produk hanya dapat diperoleh melalui pengalaman yang terus berkembang dan bersungguh-sungguh. Dalam Al-Qur'an Allah SWT memerintahkan kepada seluruh manusia untuk senantiasa belajar dan terus meingkatkan kemampuan dirinya. Hal ini berdasarkan firman Allah SWT tentang keutamaan orang yang berilmu, dalam Qs. Al-Mujadalah [158] : 11, yakni:

...يَرْفَعُ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ ۖ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ ۗ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ

Artinya: “...Allah akan meninggikan orang-orang beriman diantaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat. Dan Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan” (QS. Al-Mujadalah [58] : 11)

2.7.2 Indikator Assurance (Jaminan)

Menurut Zuhri & Haryanto (2016) terdapat empat indikator, yaitu:

1. Indikator pertama adalah keramahan. Merupakan aspek kualitas pelayanan yang mudah diukur. Ramah berarti banyak senyum dan bersikap sopan. Tetapi, apakah membuat karyawan tersenyum adalah program yang murah? Budaya senyum dan ramah haruslah dimulai dari proses rekrutmen. Keramahan adalah bagian dari talenta. Tidak semua orang memiliki pembawaan yang ramah.
2. Indikator kedua adalah kompetensi. Apabila *front-line* staf melayani konsumen dengan ramah, ini merupakan kesan pertama yang baik. Bila konsumen mengajukan beberapa pertanyaan dan kemudian karyawan tidak mampu memberikan jawaban yang baik, kepercayaan konsumen akan hilang, sehingga hal ini sangat berpengaruh terhadap tingkat kualitas pelayanan.
3. Indikator ketiga dari dimensi Assurance ini adalah reputasi. Apabila perusahaan jasa memiliki kredibilitas dan reputasi yang baik maka keyakinan konsumen akan naik.

4. Indikator keempat dari dimensi ini adalah security. Konsumen akan memiliki rasa aman yang baik dalam melakukan pertukaran dengan alasan bahwa perusahaan mengatakan yang sebenarnya dalam bertransaksi. Mereka akan mencatat, mengirim produk dan melakukan penagihan seperti yang disebutkan dan dijamin.

Dimensi *Assurance* merupakan bagian dari sifat *amanah*. sifat *amanah* (tanggung jawab, dapat dipercaya, kredibilitas) menjadi misi hidup setiap muslim.

2.8 Empathy (Empati)

2.8.1 Pengertian Empathy (Empati)

Menurut Ririn , et. al., (dikutip dalam Haryanto, 2020) *empathy* merupakan kepedulian perusahaan terhadap tujuan dan kebutuhan konsumen, serta komunikasi yang hebat dan perhatian khusus untuk mereka. Sebuah perusahaan administrasi syariah harus selalu fokus pada konsumen yang ditunjukkan dengan sikap terbuka dan pengetahuan tentang kebutuhan klien. Ini merupakan indikasi dari kewajiban organisasi penyedia jasa terhadap perintah Allah SWT untuk terus-menerus sering memikirkan keadaan dan kebutuhan orang lain sebagaimana firman-Nya dalam Qs. An-Nahl [16]: 90, yakni:

﴿ إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَائِي ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ
الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ ﴾

Artinya: “*Sesungguhnya Allah menyuuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi bantuan kepada kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran.*” (QS. An-Nahl [16]: 90)

2.8.2 Indikator *Empathy* (Empati)

Empathy yang merupakan bentuk perhatian secara pribadi dalam memahami keinginan pelanggan merupakan elemen yang sangat berpengaruh terhadap tingkat kepuasan konsumen, sehingga menjadi sangat penting bahwa seluruh mitra internal perusahaan untuk dapat lebih memperhatikan pendekatan individu dengan konsumen agar dapat terjadi hubungan emosional yang baik terhadap konsumen tersebut. Pelayanan yang baik adalah dengan tidak membedakan strata sosial antar konsumen. Dimensi *Empathy* ini terdapat dalam sifat *fathanah*. *Fathanah* (kecerdikan, kebijaksanaan, intelektualitas) dianggap sebagai aturan hidup setiap Muslim (Sugiarti dan Meilani, 2021).

2.9 Penelitian Terkait

Sebelumnya, peneliti telah menemukan penelitian yang sejalan dengan subjek yang terkait dengan judul dalam ulasan ini dan secara bersamaan digunakan sebagai referensi dalam penulisannya. Meskipun sebagian dari penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang dilakukan, namun juga terdapat perbedaan.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Nasution (2014) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pensiun Pegawai Negeri Sipil (PNS) pada PT. Taspen (persero) Cabang Pematangsiantar. Metode yang digunakan adalah penelitian lapangan dan penelitian perpustakaan dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Dengan jumlah sampel sebanyak 133, dan menggunakan skala likert. Teknik analisa yang digunakan adalah teknik analisa regresi, teknik analisa korelasi, determinasi dan uji hipotesis. Hasilnya menggambarkan adanya pengaruh positif variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pensiunan PNS. Sehingga dapat diartikan bahwa semakin baik tingkat variabel kualitas pelayanan pada PT. Taspen (persero) Cabang Pematangsiantar maka akan menyebabkan semakin tinggi tingkat kepuasan pensiunan PNS.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Anifaturrohmah dan Hanifah (2015) yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan Sales Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *Convenience Sampling*. Sampel dalam penelitian ini adalah 100 pelanggan UD. Cita Rasa Sempidi Denpasar kemudian dilakukan analisis terhadap data yang diperoleh dengan menggunakan analisis data kuantitatif dan kualitatif. Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan (X1) dan pemasaran penjualan (X2) yang diberikan oleh UD. Cita Rasa berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini berarti semakin baik kualitas pelayanan (X1) dan

pemasaran penjualan (X2) yang diberikan oleh UD. Cita Rasa Sempidi Denpasar, maka semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan.

Penelitian lainnya yang dilakukan oleh Aryanto (2017) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Prodi Ekonomi Syariah dalam Penyelesaian Administrasi Terhadap Kepuasan Mahasiswa dan Dampaknya Terhadap Citra Prodi Ekonomi Syariah. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan desain penelitian deskriptif. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 96 mahasiswa, dengan teknik pengambilan sampel menggunakan metode *accidental* sampling. Dalam penelitian ini terdapat variabel antara, maka secara otomatis terdapat pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung sehingga digunakan *path analysis*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan variabel *Tangibility*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Empathy* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa dalam penyelesaian administrasi. Kemudian secara parsial variabel *Responsiveness* dan *Empathy* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan siswa. Variabel kepuasan mahasiswa memiliki pengaruh signifikan terhadap citra program studi Ekonomi Syariah.

Penelitian yang dilakukan Astuti, Pawenang, dan Kustiyah (2017) yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Nasabah di PT. Taspen (Persero) Cabang Surakarta. Sampel penelitian ini

berjumlah 100 orang dengan teknik pengambilan sampel menggunakan teknik purposive sampling. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif menggunakan metode statistik deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan, citra perusahaan dan lokasi secara simultan dan parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di PT. Taspen (Persero) Cabang Surakarta.

Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh Masturah, Hasnita, dan Djakfar (2017) yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami terhadap Kepuasan Konsumen Salon Muslimah di Banda Aceh. Dalam penelitian ini sampel yang diambil sebanyak 100 responden dengan menggunakan teknik purposive sampling dengan metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif deskriptif. Berdasarkan hasil analisis secara parsial (uji T), keandalan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, kesigapan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, empati tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, jaminan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, dan nayata berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil analisis secara simultan (uji F) menunjukkan bahwa seluruh variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Penelitian yang dilakukan oleh Nababan dan Oktaviani (2018) yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Peserta Pensiun pada PT. Taspen (persero) Cabang

Depok. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kausalitas dengan pendekatan kuantitatif. Sampel penelitian ini sebanyak 100 peserta pensiun dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan studi pustaka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *tangible* (X_1), *reliability* (X_2), dan *responsiviness* (X_3) secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan peserta pensiun (Y) artinya semakin baik *tangible*, *reliability*, dan *responsiviness* maka kepuasan peserta akan semakin meningkat. *Assurance* (X_4) dan *emphaty* (X_5) secara parsial tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap kepuasan peserta pensiun (Y).

Penelitian yang dilakukan oleh Gobel, Ogotan dan Tampongangoy (2019) yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan Administrasi Terhadap Kepuasan Layanan Peserta pada PT. Taspen Cabang Manado. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif. Sampel penelitian ini adalah sebanyak 36 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dengan metode angket atau kuesioner dan wawancara. Hasilnya terlihat bahwa kualitas pelayanan administrasi berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan layanan peserta pada PT. Taspen Cabang Manado yang berarti variabel kualitas pelayanan administrasi merupakan faktor yang determinan atau penentu terhadap kepuasan layanan peserta. Semakin baik tingkat kualitas pelayanan administrasi maka akan semakin baik atau tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan di kantor PT. Taspen Cabang Manado

dan indikator yang paling mempengaruhi kualitas pelayanan administrasi adalah indikator keandalan dan empati dimana keduanya punya nilai total correlation atau r hitung paling tinggi dibanding indikator lainnya.

Penelitian lainnya yang dilakukan oleh Sari dan Indriyani (2020) yang berjudul Pengaruh Syariah Marketing, Kualitas Pelayanan, Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Asuransi Syariah Bumiputera Cabang Bandar Lampung. Teknik sampling yang digunakan adalah Probability Sampling. Sampel yang digunakan sebanyak 217 orang, dengan pengambilan sampel berdasarkan tabel Krejcie dengan taraf kesalahan 10%. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda. Hasil uji simultan menunjukkan pengaruh pemasaran syariah, kualitas layanan, citra merek secara simultan mempengaruhi kepuasan pelanggan dan uji parsial pemasaran syariah memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap pelanggan satisfaction, brand image memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga dapat diartikan semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan maka akan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh Zulvia dan Krisvia (2021) yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Nasabah dan Teknologi Sistem Informasi terhadap Kepuasan Nasabah di PT. Taspen Cabang Padang. Penelitian ini

tergolong metode kuantitatif dengan teknik *simple random sampling* menggunakan sampel sebanyak 100 nasabah. Hasilnya menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, kepercayaan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, dan sistem informasi teknologi berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian yang dilakukan oleh Satriady (2022), yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Tambun Mangunjaya. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan sampel sebanyak 100 orang, menggunakan teknik nonprobability sampling dengan metode purposive sampling. Hasil penelitian menunjukkan secara parsial variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan nasabah, sedangkan variabel kepercayaan tidak berpengaruh terhadap variabel kepuasan nasabah. Kualitas pelayanan dan kepercayaan mempengaruhi kepuasan nasabah PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Sehingga dapat diartikan semakin baik kualitas pelayanan dan kepercayaan yang diberikan maka akan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.

Adapun hasil deskripsi penelitian terkait sebelumnya dapat dilihat secara ringkas pada tabel berikut:

Tabel 2.1
Penelitian Terkait

No	Judul Penelitian (Peneliti, Tahun)	Metode Analisis Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian	Persamaan Penelitian
1.	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pensiun Pegawai Negeri Sipil (PNS) pada PT. Taspen (persero) Cabang Pematangsiantar (Nasution, 2014)	Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pensiunan Pegawai Negeri Sipil (PNS).	Lokasi penelitian.	Menggunakan variabel dan metode analisis penelitian yang sama.
2.	Pengaruh Kualitas Pelayanan Sales Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Anifaturohmah dan Hanifah, 2015)	kuantitatif dan kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan pemasaran penjualan yang diberikan oleh UD. Cita Rasa berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.	Lokasi penelitian	Menggunakan variabel yang sama dalam penelitian

Tabel 2.1 - Lanjutan

No	Judul Penelitian (Peneliti, Tahun)	Metode Analisis Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian	Persamaan Penelitian
3.	Pengaruh Kualitas Pelayanan Prodi Ekonomi Syariah dalam Penyelesaian Administrasi Terhadap Kepuasan Mahasiswa dan Dampaknya Terhadap Citra Prodi Ekonomi Syariah (Aryanto, 2017)	Kuantitatif	Secara simultan seluruh variabel berpengaruh signifikan, Kemudian secara parsial variabel <i>Responsiveness</i> dan <i>Empathy</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan siswa.	Lokasi penelitian dan variabel Dampak Kepuasan Mahasiswa Terhadap Citra Prodi Ekonomi Syariah	Menggunakan variabel dan metode analisis penelitian yang sama.
4.	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Nasabah di PT. Taspen (Persero) Cabang Surakarta (Astuti, Pawenang, dan Kustiyah, 2017)	kuantitatif deskriptif.	Hasil penelitian menemukan bahwa kualitas pelayanan, citra perusahaan dan lokasi secara simultan dan parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di PT. Taspen (Persero) Cabang Surakarta.	Lokasi penelitian dan variabel Citra Perusahaan Dan Lokasi	Menggunakan variabel yang sama dalam penelitian

Tabel 2.1 - Lanjutan

No	Judul Penelitian (Peneliti, Tahun)	Metode Analisis Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian	Persamaan Penelitian
5.	Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami terhadap Kepuasan Konsumen Salon Muslimah di Banda Aceh (Masturah, Hasnita, dan Djakfar, 2017)	kuantitatif deskriptif	Hasil analisis secara parsial, keandalan , kesigapan dan nyata berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, empati dan jaminan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. secara simultan (uji F) menunjukkan seluruh variabel secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.	Lokasi penelitian	Menggunakan variabel yang sama dalam penelitian
6.	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Peserta Pensiun pada PT. Taspen (persero) Cabang Depok (Nababan dan Oktaviani, 2018)	Kuantitatif	Hasil penelitian terlihat bahwa <i>tangible</i> , <i>reliability</i> dan <i>responsiviness</i> secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan peserta pensiun. <i>Assurance</i> dan <i>emphaty</i> secara parsial tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap kepuasan peserta pensiun .	Lokasi penelitian	Menggunakan variabel dan metode analisis penelitian yang sama.

Tabel 2.1 - Lanjutan

No	Judul Penelitian (Peneliti, Tahun)	Metode Analisis Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian	Persamaan Penelitian
7.	Pengaruh Kualitas Pelayanan Administrasi Terhadap Kepuasan Layanan Peserta pada PT. Taspen Cabang Manado (Gobel, Ogotan dan Tampongangoy, 2019)	kuantitatif deskriptif	Kualitas pelayanan administrasi berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan layanan dan indikator yang paling mempengaruhi kualitas pelayanan administrasi adalah indikator keandalan dan empati.	Lokasi penelitian	Menggunakan variabel yang sama dalam penelitian
8.	Pengaruh Syariah Marketing, Kualitas Pelayanan, Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Asuransi Syariah Bumiputera Cabang Bandar Lampung (Sari dan Indriyani, 2020)	Kualitatif	Hasil simultan menunjukkan seluruh variabel mempengaruhi kepuasan pelanggan dan uji parsial menyatakan seluruh variabel memiliki pengaruh signifikan terhadap pelanggan satisfaction.	Lokasi penelitian, variabel Citra Merek dan metode analisis penelitian	Sama-sama meneliti terkait Kualitas Pelayanan Secara Syariah

Tabel 2.1 - Lanjutan

No	Judul Penelitian (Peneliti, Tahun)	Metode Analisis Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian	Persamaan Penelitian
9.	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Nasabah dan Teknologi Sistem Informasi terhadap Kepuasan Nasabah di PT. Taspen Cabang Padang (Zulvia dan Krisvia, 2021)	Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, kepercayaan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, dan sistem informasi teknologi berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.	Lokasi penelitian, variabel Kepercayaan Nasabah dan Teknologi Sistem Informasi	Sama-sama meneliti terkait Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan nasabah dan metode analisis penelitian yang sama.
10.	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Tambun Mangunjaya (Satriady, 2022)	Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan secara parsial variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan nasabah, sedangkan variabel kepercayaan tidak berpengaruh terhadap variabel kepuasan nasabah. Kualitas pelayanan dan kepercayaan mempengaruhi kepuasan nasabah PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk.	Lokasi penelitian	Sama-sama meneliti terkait Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan nasabah dan metode analisis penelitian yang sama.

Sumber: Data diolah (2022)

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu di atas peneliti menemukan kesamaan terkait dengan penelitian yang akan diteliti yaitu, metode penelitian yang digunakan ialah metode kuantitatif dan terdapat beberapa penelitian yang menggunakan indikator dari variabel kualitas pelayanan yaitu *Tangibility* (bukti fisik), *Reliability* (Keandalan), *Responsiveness* (Daya Tanggap), *Assurance* (Jaminan) dan *Empathy* (Empati). Seperti penelitian yang dilakukan oleh Aryanto (2017), Masturah, Hasnita, dan Djakfar (2017), Nababan dan Oktaviani (2018) dan Gobel, Ogotan dan Tampongangoy (2019). Kemudian, perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah indikator yang terdapat dalam variabel kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen yang diteliti tidak hanya secara umum, tetapi juga berdasarkan perspektif ekonomi syariah dan tempat penelitian dilakukan pada PT. Taspen (persero) Cabang Banda Aceh.

2.10 Keterkaitan Antar Variabel

Model SERVQUAL adalah kerangka kerja yang menangkap dan mengukur kualitas pelayanan yang dialami oleh pelanggan. Terdiri dari lima elemen (Kim, 2021): *Tangibility* (bukti fisik layanan atau sekitarnya pelayanan untuk merasakan keberadaannya), *Reliability* (konsistensi dan akurasi pelayanan), *Empathy* (kepedulian serta perhatian secara individu dengan penuh semangat), *Responsiveness* (kesediaan untuk melayani dan

memberikan perhatian tepat waktu), dan Assurance (peningkatan kepercayaan dan keyakinan).

Kepuasan konsumen adalah perasaan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan oleh PT. Taspen (Persero) Cabang Banda Aceh setelah ada hubungan antara kesan atau persepsi kinerja dari barang atau jasa yang diharapkan. Kualitas pelayanan adalah derajat tingkat kelebihan pelayanan dalam memenuhi keinginan konsumen atau asumsi yang diperoleh oleh pensiunan Pegawai Negeri Sipil (PNS), dimana kualitas pelayanan dapat dipisahkan menjadi lima faktor penentu yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

2.10.1 Pengaruh *Tangible* (bukti fisik layanan) terhadap kepuasan konsumen

Tangible (bukti fisik layanan) merupakan wujud langsung yang meliputi fasilitas fisik, yang mencakup kemutakhiran peralatan yang digunakan, kondisi sarana dan prasarana, kondisi SDM perusahaan dan keselarasan fasilitas fisik dengan jasa yang diberikan. Dalam hal ini wujud nyata seperti fasilitas fisik dari perusahaan dalam melayani konsumen, dapat berupa keterampilan dalam menggunakan fasilitas atau peralatan modern yang memberikan kepuasan terhadap konsumen. Sehingga, kepercayaan konsumen meningkat karena pelayanan canggih dan modern (Kotler, 2014). Sehingga, Sebuah organisasi jasa tidak bisa dianggap mahir jika organisasi jasa tersebut tidak memiliki kemampuan untuk menunjukkan bukti fisik yang dapat dirasakan

oleh konsumen selama dalam proses penyajian layanannya (Wijaya, 2021). Dapat diartikan bahwa konsumen akan merasa puas bila dalam sebuah perusahaan dapat menampilkan bukti fisik yang memuaskan sehingga konsumen mempunyai minat untuk kembali lagi ke perusahaan tersebut sebaliknya apabila bukti fisik yang diberikan tidak memuaskan maka akan membuat konsumen memiliki minat yang rendah untuk kembali ke perusahaan tersebut.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Masturah *et al* (2017) menunjukkan bahwa variabel bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Apabila yang diberikan kepada konsumen baik maka akan memberikan kepuasan akan konsumen.

2.10.2 Pengaruh *Reliability* (keandalan) terhadap kepuasan konsumen

Reliability (keandalan) adalah kemampuan dalam melayani konsumen sesuai dijanjikan dan akurat serta dapat memberikan informasi-informasi penting. Menurut Siroj *et al* (2021) keandalan merupakan kemampuan perusahaan untuk pemenuhan janji pelayanan secara akurat dan terpercaya. Sehingga, semakin baik kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan, maka semakin meningkatnya kepuasan konsumen.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Gobel *et al* (2019) indikator yang paling mempengaruhi kualitas pelayanan administrasi adalah indikator keandalan dengan nilai r hitung yang

paling tinggi diantara indikator lainnya. Dapat diartikan apabila *reliability* (keandalan) yang diterima oleh konsumen baik maka konsumen akan puas dan sebaliknya apabila *reliability* (keandalan) yang diberikan kepada konsumen tidak memuaskan maka tingkat kepuasan konsumen akan menurun.

2.10.3 Pengaruh *Responsiveness* (daya tanggap) terhadap kepuasan konsumen

Responsiveness (daya tanggap) adalah kemampuan menyampaikan informasi yang jelas kepada konsumen. Tidak memancing persepsi negatif dalam kualitas pelayanan dengan tidak adanya kejelasan terhadap konsumen (Astuti, Paweang, & Kustiyah, 2017). Artinya apabila karyawan yang bekerja pada perusahaan tersebut dapat memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada konsumen dengan penyampaian informasi yang jelas maka konsumen akan merasa puas. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Masturah *et al* (2017) variabel *responsiveness* (daya tanggap) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Artinya apabila sikap tanggap yang diberikan kepada konsumen baik maka akan memberikan kepuasan kepada konsumen.

2.10.4 Pengaruh *Assurance* (jaminan) terhadap kepuasan konsumen

Assurance (jaminan) merupakan kemampuan PT. Taspen (Persero) untuk menumbuhkan kepercayaan di mata pensiunan melalui beberapa indikator seperti kredibilitas, komunikasi, keamanan, kompetensi dan sopan santun dalam pelayanan. Hasil

penelitian yang dilakukan oleh Masturah *et al* (2017) menyatakan tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Jaminan terhadap konsumen tidak hanya melalui janji tetapi dengan jaminan yang benar-benar konsumen rasakan. Artinya kepuasan konsumen akan meningkat apabila perusahaan memberikan pelayanan sesuai dengan visi misi perusahaan.

2.10.5 Pengaruh *Empathy* (empati) terhadap kepuasan konsumen

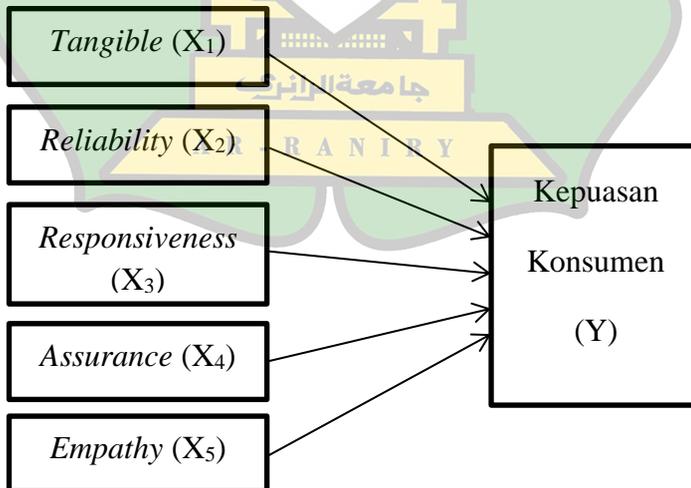
Empathy (empati) adalah sikap perusahaan dalam memahami keinginan konsumen dengan memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual (Astuti *et al.*, 2017). Dapat diartikan bahwa perusahaan jasa syariah seharusnya memiliki informasi dan pemahaman terhadap konsumen secara eksplisit dan memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Masturah *et al* (2017) variabel empati tidak ada pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian lainnya yang dilakukan oleh Gobel *et al* (2019) hasil penelitian menunjukkan indikator yang paling mempengaruhi kualitas pelayanan administrasi ialah indikator empati dengan hasil data statistik menunjukkan nilai total r hitung mempunyai nilai paling tinggi dibanding indikator lainnya. Artinya apabila perusahaan dapat memenuhi keinginan konsumen secara baik maka kepuasan konsumen akan meningkat, sebaliknya apabila perusahaan tidak dapat memenuhi keinginan konsumen

maka tingkat kepuasan konsumen terhadap perusahaan tersebut akan menurun.

2.11 Kerangka Berpikir

Tujuan penelitian ini adalah untuk melihat pengaruh kualitas pelayanan yang memadukan variabel-variabel indikator kualitas pelayanan, dengan demikian penelitian ini akan dilihat dari 5 dimensi kualitas pelayanan yaitu *Tangible* (bukti fisik layanan), *Reliability* (Keandalan), *Responsiveness* (Daya Tanggap), *Assurance* (Jaminan) dan *Empathy* (Empati) yang akan mempengaruhi kepuasan konsumen. Berdasarkan alur pemikiran dan keterkaitan variabel yang diuraikan diatas, maka digambarkan kerangka pemikiran sebagai berikut:

Gambar 2.1
Skema Kerangka Pemikiran



2.12 Hipotesis

Menurut Sugiyono hipotesis merupakan dugaan sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah telah dinyatakan bentuk kalimat pernyataan. Hipotesis ilmiah mencoba mengutarakan jawaban sementara terhadap masalah yang akan diteliti (Satriady, 2022). Hipotesis dihasilkan dari analisis terhadap teori-teori yang diuraikan dalam kajian landasan teori.

Hipotesis menjadi teruji apabila semua gejala yang timbul tidak bertentangan dengan hipotesis tersebut. Disini hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap masalah penelitian. Sesuai dengan permasalahannya, maka dirumuskan hipotesis penelitian ini sebagai berikut:

- H₁ : *Tangible* (bukti fisik layanan) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah yaitu pensiunan Pegawai Negeri Sipil (PNS) pada PT. Taspen (Persero).
- H₂ : *Reliability* (keandalan) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah yaitu pensiunan Pegawai Negeri Sipil (PNS) pada PT. Taspen (Persero).
- H₃ : *Responsiveness* (daya tanggap) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah yaitu pensiunan Pegawai Negeri Sipil (PNS) pada PT. Taspen (Persero).
- H₄ : *Assurance* (jaminan) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah yaitu pensiunan Pegawai Negeri Sipil (PNS) pada PT. Taspen (Persero).

H₅ : *Empathy* (empati) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah yaitu pensiunan Pegawai Negeri Sipil (PNS) pada PT. Taspen (Persero).

H₆ : Semua variabel yang terdiri dari lima dimensi yakni *tangible, reliability, responsiveness, assurance* dan *empathy* secara bersama berpengaruh terhadap kepuasan nasabah yaitu pensiunan Pegawai Negeri Sipil (PNS) pada PT. Taspen (Persero).



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Pendekatan penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif inferensial. Penelitian kuantitatif adalah kegiatan mengumpulkan, mengolah, menganalisis, dan menyajikan data berdasarkan jumlah atau banyaknya yang dilakukan secara objektif dengan tujuan memecahkan suatu persoalan atau menguji suatu hipotesis untuk mengembangkan prinsip-prinsip umum (Duli, 2019). Kuantitatif inferensial adalah tahap analisis dengan mengelompokkan data berdasarkan variabel dan karakteristik responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari total responden, menyajikan data setiap variabel yang diteliti dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang ada (Nababan & Taruli, 2021). Variabel yang digunakan yaitu kualitas pelayanan, dalam kualitas pelayanan terdiri dari lima dimensi variabel yaitu *Tangibility* (bukti fisik), *Reliability* (Keandalan), *Responsiveness* (Daya Tanggap), *Assurance* (Jaminan) dan *Empathy* (Empati) yang merupakan indikator yang sangat berpengaruh bagi kepuasan konsumen.

3.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT. Taspen (persero) Cabang Banda Aceh, yang berlokasi di jalan Tengku H Abdullah Ujung Rimba, Kampung. Baru, Kecamatan. Baiturrahman, Kota Banda

Aceh, Aceh 23242. Perusahaan ini beroperasi pada pukul 08.00 WIB sampai 15.00 WIB.

3.3 Sumber Data

Sumber data yang digunakan pada penelitian ini merupakan data primer. Data primer adalah data yang langsung didapatkan dari sumber data pertama di lokasi penelitian atau objek penelitian (Bungin, 2018 : 132). Data primer dalam penelitian ini diperoleh langsung dari pensiunan Pegawai Negeri Sipil pada PT. Taspen (persero) Cabang Banda Aceh.

3.4 Populasi Dan Sampel

3.4.1 Populasi

Bungin (2018) menyatakan populasi penelitian adalah jumlah keseluruhan (universum) dari objek penelitian, dapat berupa manusia, hewan, tumbuh-tumbuhan, udara, gejala, nilai, peristiwa, sikap, hidup, dan sebagainya, sehingga objek-objek ini dapat menjadi sumber data penelitian. Populasi dari penelitian ini adalah peserta pensiun PT. Taspen (persero) Cabang Banda Aceh sebanyak 40.521 orang yang diambil dari jumlah data pensiun pada bulan desember tahun 2021.

3.4.2 Sampel

Sampel merupakan bagian sangat penting dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Dengan asumsi populasi sangat besar, dan tidak mungkin bagi spesialis untuk berkonsentrasi pada semua yang ada di populasi, misalnya karena keterbatasan

sumber daya, pasokan tenaga kerja dan waktu, analisis dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu (Sugiyono, 2019). Metode pengambilan sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengambilan sampel menggunakan rumus *slovin* dengan menggunakan tingkat kesalahan 10% (Riyanto & Hatmawan, 2020) :

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

(3.1)

$$n = \frac{40,521}{1 + 40,521(10\%)^2}$$

$$n = \frac{40,521}{406,21}$$

$$n = 99,75.$$

keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Total populasi

e = Tingkat kesalahan dalam pengambilan sampel

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini ialah sebanyak 99,75, dibulatkan menjadi 100 sampel.

3.4.3 Teknik Pengambilan Sampel

Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *probability sampling* dengan teknik *simple random sampling*. *Probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Selanjutnya peneliti menggunakan

teknik *simple random sampling* yaitu pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut (Sugiyono, 2019).

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan kuesioner atau metode angket dan wawancara. Metode angket merupakan serangkaian atau daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis, kemudian dikirim untuk diisi oleh responden. Setelah diisi, angket dikirim kembali atau dikembalikan kepetugas atau peneliti (Bungin, 2018 : 133). Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner yang alternatif jawabannya telah disediakan oleh peneliti. Menurut Sugiyono (2019) wawancara digunakan sebagai metode pengumpulan informasi, jika peneliti memiliki keinginan untuk menyebutkan mulai dari fakta-fakta yang dapat diamati untuk menemukan masalah yang harus diteliti, dan terlebih lagi jika peneliti memiliki keinginan untuk mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam untuk diteliti, apabila jumlah respondennya sedikit atau kecil.

3.6 Skala Pengukuran

Skala pada penelitian ini menggunakan skala *likert*. Skala Likert digunakan untuk mengukur mentalitas, sentimen, dan pandangan seseorang atau kelompok tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah secara eksplisit

dicirikan oleh para analis, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian (Sugiyono, 2019). Untuk skala pengukuran pada penelitian ini digunakan skala nominal, pengukuran dengan menggunakan skala nominal dilakukan dengan memberikan label pada data yang bukan merupakan angka (Rikatsih & Kom, 2021). Dalam penelitian ini peneliti memberikan alternatif jawaban terhadap variabel *Tangible* (bukti fisik layanan), *Reliability* (Keandalan), *Responsiveness* (Daya Tanggap), *Assurance* (Jaminan) dan *Empathy* (Empati). Adapun pengukuran skala *likert* dalam penelitian adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1
Skala Likert

No	Keterangan (Jawaban)	Skor
1	SS = Sangat Setuju	5
2	S = Setuju	4
3	KS = Kurang Setuju	3
4	TS = Tidak Setuju	2
5	STS = Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Data diolah (2022)

Kemudian setelah dilakukan pembobotan jawaban, berdasarkan skala *likert* (rentang antara 1-5), selanjutnya data-data berbentuk angka tersebut akan diolah melalui Program *Statistical Product and Service Solution* (SPSS).

3.7 Definisi Dan Operasional Variabel

Definisi operasional variabel dilakukan untuk menjelaskan variabel yang diidentifikasi untuk memahami lebih lanjut mengenai variabel penelitian. Sugiyono (2019) menyatakan bahwa

variabel penelitian adalah suatu sifat atau nilai dari individu, obyek, asosiasi atau gerakan yang tidak sepenuhnya ditetapkan oleh peneliti untuk dikonsentrasikan dan kemudian kemudian ditarik kesimpulannya. Pada penelitian ini terdapat dua variabel yaitu variabel independen dan variabel dependen.

3.7.1 Variabel Independen

Variabel ini sering disebut sebagai variabel pendorong, *predicator*, dan *antecedent*. Variabel ini sering juga dikatakan sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah indikator yang mempengaruhi munculnya variabel dependen atau terikat (Sugiyono, 2019). Variabel independen dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan (X), yang meliputi:

- a. *Tangible* (bukti fisik layanan) sebagai X_1
- b. *Reliability* (Keandalan) sebagai X_2
- c. *Responsiveness* (Daya Tanggap) sebagai X_3
- d. *Assurance* (Jaminan) sebagai X_4
- e. *Empathy* (Empati) sebagai X_5

3.7.2 Variabel Dependen

Variabel dependen atau variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang merupakan hasil akibat dari variabel bebas (Sugiyono, 2019). Dalam penelitian ini, variabel terikatnya adalah kepuasan konsumen (Y).

Tabel 3.1
Definisi Dan Operasional Variabel

No	Variabel	Sub Variabel	Pengertian	Indikator	Skala Pengukuran
1.	kualitas pelayanan (X)	<i>Tangible</i> atau Bukti Fisik Layanan (X ₁)	<i>Tangible</i> (Bukti Fisik) merupakan kemampuan dalam menampilkan Fasilitas fisik (Sugiarti dan Meilani, 2021).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan kondisi gedung yang bersih, nyaman, dengan interior yang menarik, 2. Keamanan tempat parkir, askalator, AC, 3. Keterampilan dan penampilan karyawan. 	Nominal
		<i>Reliability</i> atau Keandalan (X ₂)	<i>Reliability</i> (Keandalan) merupakan kemampuan untuk mengembangkan pelayanan. <i>Reliability</i> terdapat dalam sifat <i>sidiq</i> . (Zuhri & haryanto, 2016)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Segera 2. Tepat waktu 3. Akurat 4. Memuaskan. 	Nominal
		<i>Responsiveness</i> atau Daya Tanggap (X ₃)	<i>“Responsiveness</i> (Daya Tanggap) merupakan kemampuan untuk meningkatkan kecepatan karyawan yang bertugas dalam menanggapi permintaan pelanggan. <i>Responsiveness</i> merupakan justifikasi dari sifat <i>tabligh</i> (komunikasi, keterbukaan, pemasaran) “. (Sugiarti dan Meilani, 2021)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Selalu siap menolong kesulitan peserta dan mampu menyelesaikan keluhan pelanggan dengan tepat. 2. Memberikan informasi jelas sesuai dengan keinginan peserta. 	Nominal

Tabel 3.2 – Lanjutan

No	Variabel	Sub Variabel	Pengertian	Indikator	Skala Pengukuran
		Assurance atau Jaminan (X ₄)	Assurance (Jaminan) merupakan kemampuan untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan serta sifat yang dapat dipercaya dalam menangani keluhan pelanggan. “Dimensi assurance merupakan substansi dari sifat amanah yang berarti tanggung jawab, dapat dipercaya, kredibilitas”. (Zuhri & haryanto, 2016)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tingkat keterampilan dan pengetahuan 2. sifat yang dapat dipercaya atau amanah dalam menangani keluhan pelanggan. 	Nominal
		Empathy atau Empati (X ₅)	Empathy (Empati) sebagai bentuk perhatian dalam memahami kebutuhan konsumen merupakan aspek yang paling dominan dalam mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan, dimensi empati ini ada dalam sifat fathanah (kecerdikan, kebijaksanaan, intelektualitas) (Sugiarti dan Meilani, 2021)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sikap perhatian dan sabar dalam memahami kebutuhan pelanggan . 2. Memiliki intelektualitas yang baik. 	Nominal

Tabel 3.2 – Lanjutan

No	Variabel	Sub Variabel	Pengertian	Indikator	Skala Pengukuran
2.	kepuasan pelanggan (Y)		<p>Kepuasan dalam Islam berhubungan dengan keimanan yang menimbulkan rasa syukur. Dalam aspek keuangan syariah, konsumen dalam memenuhi kebutuhannya akan cukup sering memilih layanan atau produk yang dapat memberikan masalah maksimum. Kecenderungan memilih ditentukan oleh keinginan dan kebutuhan.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesesuaian dengan harapan 2. Minat untuk berkunjung kembali 3. Kesiediaan merekomendasikan 4. Loyalitas (Fuadi et al., 2021) 	Nominal

Sumber: Data diolah (2022)

3.8 Analisis Data

3.8.1 Uji Validitas

Menurut Ghazali (dikuti dalam Nababan & Oktaviani, 2018) Uji validitas digunakan untuk melihat sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel. Pengujian validitas tiap butir

digunakan analisis item, yaitu mengkorelasikan skor tiap butir dengan skor total yang merupakan jumlah tiap skor butir (Sugiyono, 2019 : 208). Kuesioner adalah alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini. Pengujian validitas instrumen dilakukan dengan menggunakan *SPSS statistic* dengan kriteria sebagai berikut :

- 1) Jika r hitung positif dan r hitung $>$ r tabel, maka pertanyaan tersebut valid
- 2) Jika r hitung negatif dan r hitung $<$ r tabel maka pertanyaan tersebut tidak valid

3.8.2 Uji Reliabilitas

Reliabel digunakan untuk mengukur berkali-kali menghasilkan data yang sama atau konsisten (Sugiyono, 2019 : 196). Ghozali (dikuti dalam Nababan & Oktaviani, 2018) berpendapat bahwa suatu kuesioner dapat dikatakan reliabel apabila jawaban yang didapatkan konsisten. Butir kuesioner dikatakan reliabel (layak) apabila *cronbach' alpha* $>$ 0,60 dan dikatakan tidak reliabel apabila *cronbach' alpha* $<$ 0,60 atau dengan beberapa kriteria berikut :

1. Jika r alpha $>$ r tabel, maka pertanyaan reliable
2. Jika r alpha $<$ r tabel, maka pertanyaan tidak reliable

3.9 Uji Asumsi Klasik

3.9.1 Uji Normalitas

Menurut Ghozali (dikuti dalam Nababan & Oktaviani, 2018) “untuk mendeteksi normalitas suatu data dilakukan dengan melihat grafik normal *probability plot*. Dasar pengambilan keputusannya adalah jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas dan jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas”.

3.9.2 Uji Multikolinearitas

Ghozali (dikuti dalam Nababan & Oktaviani, 2018) menyatakan uji multikolinearitas dilakukan untuk melihat untuk melihat adanya hubungan (korelasi) antar variabel bebas (independen) pada model regresi. Jika tidak terjadi korelasi antara variabel bebas maka model regresi tersebut dapat dikatakan baik. Apabila variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel ini mengandung gejala multikolinier. Pendeteksian multikolinearitas pada model regresi dapat dilihat melalui nilai tolerance atau *Variance Inflation Factor* (VIF). Apabila nilai tolerance $> 0,10$ dan nilai VIF < 10 maka model regresi tersebut dapat dikatakan multikolinearitas.

3.9.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (dikuti dalam Nababan & Oktaviani, 2018) Uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat

diagram *scatterplot*. Dasar pengambilan keputusannya adalah misalnya, titik-titik yang membentuk suatu pola tertentu yang teratur atau bergelombang, melebar dan kemudian menyempit maka telah terjadi heteroskedastisitas dan dengan asumsi bahwa tidak ada pola yang jelas dan titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Selain dengan melihat diagram tersebut cara lainnya adalah dengan uji *Durbin Watson* (uji DW) dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Apabila d (*Durbin Watson*) lebih kecil dari dL atau lebih besar dari $(4-dL)$, maka H_0 ditolak, yang berarti terdapat autokorelasi.
2. Apabila *Durbin Watson* terletak antara dU dan $(4-dU)$, maka H_0 diterima, yang artinya tidak terdapat autokorelasi.
3. Apabila d (*Durbin Watson*) terletak antara dL dan dU atau diantara $(4-dU)$ dan $(4-dL)$, maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti.

3.10 Uji Hipotesis

3.10.1 Analisis Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara satu variabel dependen dengan variabel independen yang memiliki lebih

dari satu variabel. Dalam penelitian ini bentuk persamaan regresi linear berganda yang digunakan adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

(3.2)

Keterangan:

Y	= Kepuasan pelanggan
a	= Konstanta
b_1, b_2, b_3, b_4, b_5	= Koefisien Regresi
X_1	= <i>Tangible</i> (bukti fisik layanan)
X_2	= <i>Reliability</i> (Keandalan)
X_3	= <i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)
X_4	= <i>Assurance</i> (Jaminan)
X_5	= <i>Empathy</i> (Empati)
e	= Error

3.10.2 Uji Parsial (Uji T)

Uji T adalah pengujian terhadap koefisien regresi secara parsial atau individual. Pengujian ini dilakukan untuk melihat signifikansi secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen dengan mengasumsikan bahwa variabel independen lain dianggap konstan (Satriady, 2022). Dengan ketentuan-ketentuan pengujian yang dimiliki, yaitu:

1. Jika probabilitas (signifikansi) $< 0,05$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

2. Jika probabilitas (signifikansi) $> 0,05$ atau $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang berarti variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen

3.10.3 Uji Simultan (Uji F)

Uji F merupakan pengujian secara simultan terhadap koefisien regresi. Uji F digunakan untuk mendeteksi apakah variabel independen secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel dependen (Satriady, 2022). Dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

1. $H_0 : F_{hitung} > F_{tabel}$, berarti H_0 ditolak dan H_a diterima.
Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat.
2. $H_0 : F_{hitung} < F_{tabel}$, berarti H_0 diterima dan H_a ditolak.
Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat.

3.10.1.1 Uji Koefisien Determinasi (Uji R^2)

Koefisien determinasi R^2 merupakan pengujian untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel bebas (X) dalam menerangkan variabel terikat (Y). Koefisien determinasi adalah kuadrat dari koefisien korelasi sebagai tindakan untuk mengukur kapasitas setiap variabel yang digunakan. Koefisien determinasi berkisar dari nol hingga 1, jika R^2 menunjukkan 0, tidak ada pengaruh antara faktor bebas terhadap variabel terikat. Dengan asumsi R^2 lebih besar atau mendekati 1, sehingga dapat diartikan semakin kuat variabel bebas dalam menerangkan variabel terikat.

Jika R^2 semakin kecil dan semakin mendekati nol, itu dapat diuraikan sebagai semakin kecil pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Untuk dapat menguji koefisien determinasi, syaratnya adalah bahwa uji F dalam analisis regresi memiliki nilai positif (Astuti, Paweang & Kustiyah, 2017). Pengujian koefisien determinasi dilakukan dengan menggunakan bantuan SPSS versi 20.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum PT. Taspem (Persero) Cabang Banda Aceh

PT TASPEN (Persero) atau Dana Tabungan dan Asuransi Pegawai Negeri adalah Badan Usaha Milik Negara Indonesia yang bergerak di bidang asuransi tabungan hari tua dan dana pensiun bagi ASN dan pejabat Negara. Perusahaan ini didirikan pada tanggal 17 April 1963 dengan nama Perusahaan Negara Dana Tabungan dan Asuransi Pegawai Negeri (PN TASPEN) melalui peraturan pemerintah Nomor 15 Tahun 1963. Seiring dengan makin meningkatnya jumlah pegawai negeri sipil dan makin luasnya cakupan layanan, Taspem resmi menjadi Perusahaan Umum (PERUM TASPEN) pada tanggal 18 November 1970. Kemudian, berdasarkan peraturan Pemerintah RI Nomor 26 Tahun 1981 dan disahkan dengan akta Notaris Imas Fatimah Nomor: 4 Tanggal 4 Januari 1982, perusahaan ini bertransformasi menjadi sebuah persero dengan nama PT TASPEN (PERSERO).

PT TASPEN (PERSERO) telah menjadi bagian tak terpisahkan dari sejarah panjang pegawai pemerintah di Indonesia atas tugas yang diberikan oleh Pemerintah Republik Indonesia dalam mengkoordinasikan Program Jaminan Sosial Pegawai Negeri Sipil. Pelaksanaan pembayaran pensiun Pegawai Negeri secara nasional telah terlaksana pada 1 April 1990 hingga saat ini

berdasarkan surat Menteri Dalam Negeri Nomor: 842.1-099 tanggal 12 Februari 1990. Produk yang dikelola oleh PT TASPEN (PERSERO) yaitu program pembayaran pensiun serta program Tabungan Hari Tua (THT) bertujuan sebagai unit pelayanan, PT TASPEN (PERSERO) cabang Banda Aceh mempunyai mitra kerja terkait yang secara intens saling bekerja sama untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada para peserta program pensiun dan THT, PT TASPEN (PERSERO) cabang Banda Aceh.

Sebagai salah satu instansi pelayanan publik, PT TASPEN (PERSERO) cabang Banda Aceh berkomitmen untuk senantiasa meningkatkan layanan bagi Aparatur Sipil Negara dan Pejabat Negara melalui berbagai macam inovasi, mulai dari digital-based service, layanan klaim otomatis, layanan kunjungan nasabah hingga layanan klaim satu jam yang telah memperoleh seikasi ISO 9002:2015. Hal ini merupakan komitmen Perseroan untuk terus meingkatkan kualitas layanan guna tercapainya kesejahteraan Pegawai Negeri Sipil yang berkelanjutan.

4.2 Visi Misi PT TASPEN (PERSERO) cabang Banda Aceh

Sebagai salah satu instansi pelayanan publik yang bergerak pada asuransi jaminan hari tua, PT TASPEN (PERSERO) cabang Banda Aceh memiliki visi dan misi perusahaan sebagai berikut:

1. Visi

Menjadi perusahaan Asuransi Sosial dan Dana Pensiun yang Unggul, Terpercaya dan Berkelanjutan demi mewujudkan kesejahteraan Peserta untuk meningkatkan nilai ekonomi dan sosial Indonesia.

2. Misi

Memastikan terwujudnya Layanan Terbaik dan Investasi yang Andal serta Kepemimpinan Inovasi Bisnis dan Transformasi Digital dengan didukung oleh Sumber Daya Manusia Yang Amanah, Kompeten, Harmonis, Loyal, Adaptif dan Kolaboratif.

- a. Amanah: memegang teguh kepercayaan yang diberikan,
- b. Kompeten: terus belajar dan mengembangkan kapabilitas,
- c. Harmonis: saling peduli dan menghargai perbedaan,
- d. Loyal: berdedikasi dan mengutamakan kepentingan bangsa dan negara,
- e. Adaptif: terus berinovasi dan antusias dalam menggerakkan ataupun menghadapi perubahan, dan
- f. Kolaboratif: membangun kerja sama yang sinergis.

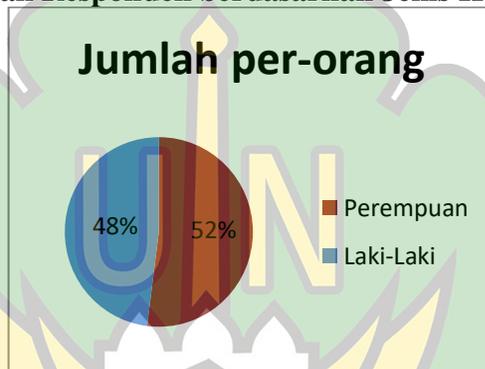
4.3 Karakteristik Responden

Pada bagian ini menjelaskan mengenai karakteristik responden penelitian untuk menggambarkan data-data deskriptif yang diperoleh dari responden. Karakteristik responden yang diamati dalam penelitian ini meliputi: jenis kelamin.

4.3.1 Responden Menurut Jenis Kelamin

Responden dari penelitian ini adalah pensiunan Pegawai Negeri Sipil pada PT TASPEN (Persero) cabang Banda Aceh. Adapun responden berdasarkan jenis kelamin adalah sebagai berikut

Gambar 4. 1
Jumlah Responden berdasarkan Jenis Kelamin



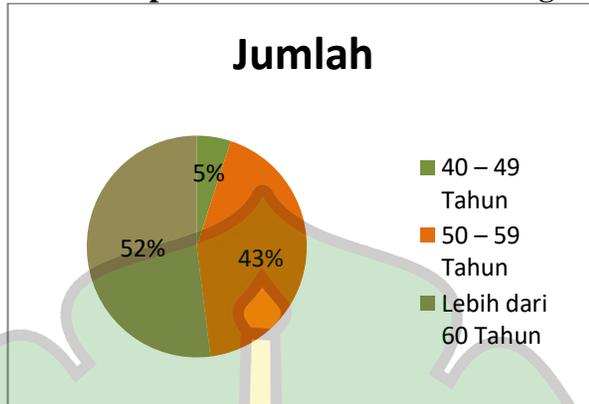
Sumber: Data diolah (2022)

Berdasarkan Grafik 4.1, dapat diketahui bahwa responden paling banyak dalam penelitian ini ialah 52 orang yang berjenis kelamin perempuan dan laki-laki sebanyak 48 orang.

4.3.2 Responden Menurut Rentang Usia

Berikut distribusi karakteristik responden berdasarkan rentang usia.

Gambar 4. 2
Jumlah Responden berdasarkan Rentang Usia



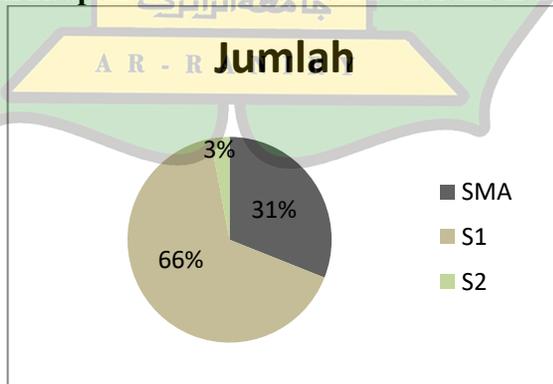
Sumber: Data diolah (2022)

Berdasarkan Grafik 4.2 dapat dilihat bahwa responden yang paling banyak dalam penelitian ini adalah dengan rentang usia lebih dari 60 tahun sebanyak 52 orang, rentang usia 50 – 59 tahun sebanyak 43 orang dan rentang usia 40-49 tahun sebanyak 5 orang.

4.3.3 Responden Menurut Pendidikan Terakhir

Berikut distribusi karakteristiknya.

Gambar 4. 3
Jumlah Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir



Sumber: Data diolah (2022)

Berdasarkan Grafik 4.3 dapat diketahui bahwa responden dengan pendidikan terakhir S1 sebanyak 66 orang merupakan responden yang paling banyak dalam penelitian ini, selanjutnya pendidikan terakhir SMA sebanyak 31 orang dan pendidikan terakhir S2 sebanyak 3 orang.

4.4 Deskripsi data penelitian

Untuk mempermudah melihat nilai rata-rata dari item pertanyaan yang ada di dalam kuesioner, diperlukan rentang interval penilaian rata-rata responden, dengan menggunakan rumus Sudjana (Satria & Kamza, 2021)

$$P = \frac{\text{Rentang}}{\text{Banyak Kelas Interval}} \quad (4.1)$$

$$P = \frac{5-1}{5}$$

$$P = 0,8$$

Keterangan :

Rentang : Nilai tertinggi – Nilai terendah

Banyak kelas interval : 5

4.5 Hasil Jawaban Kuesioner

1. *Tangible* (Bukti Fisik)

Adapun hasil jawaban kuesioner terhadap variabel *tangible* (bukti fisik) adalah

Tabel 4. 1
Hasil jawaban kuesioner variabel X1

No.	Pernyataan	SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)	MEAN
1.	Fasilitas di PT.TASPEN (persero) Banda Aceh lengkap.	54	44	2	0	0	4,52
2.	Kebersihan di lingkungan PT.TASPEN (persero) Banda Aceh terjaga.	57	43	0	0	0	4,57
3.	Lokasi PT.TASPEN (persero) Banda Aceh yang strategis.	60	40	0	0	0	4,60
4.	Kerapihan, kebersihan dan penampilan karyawan PT.TASPEN (persero) Banda Aceh	53	45	2	0	0	4,51
RERATA							4,55

Sumber: Data Primer (diolah), 2022

Berdasarkan Tabel 4.1 dapat diketahui bahwa rata-rata nilai skor untuk variabel *tangible* (bukti fisik) adalah 4,55 yang berarti bahwa responden pada penelitian ini merasa “Sangat Setuju” terhadap pernyataan indikator variabel *tangible* (bukti fisik). Nilai terendah ditunjukkan oleh indikator “Kerapihan, kebersihan dan penampilan karyawan PT.TASPEN (persero) Banda Aceh” dengan skor 4,51 yang masuk dalam kategori “Sangat Setuju” yang berarti bahwa dalam penelitian ini responden sangat setuju dengan kerapihan, kebersihan dan penampilan karyawan PT.TASPEN (persero) Banda Aceh. Kemudian nilai tertinggi ditunjukkan oleh indikator “Lokasi PT.TASPEN (persero) Banda Aceh yang strategis” dengan skor 4,60 dimana termasuk dalam

kategori “Sangat Setuju” yang menunjukkan sebagian besar responden sangat setuju dengan lokasi PT.TASPEN (persero) Banda Aceh yang strategis.

2. Reliability (Keandalan)

Adapun hasil jawaban kuesioner terhadap variabel *reliability* (keandalan) adalah

Tabel 4. 2
Hasil jawaban kuesioner variabel X2

No.	Pernyataan	SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)	MEAN
1.	PT.TASPEN (persero) Banda Aceh disiplin dan tepat waktu dalam melayani peserta pensiun.	45	46	9	0	0	4,36
2.	Karyawan PT.TASPEN (persero) Banda Aceh jujur dalam melayani peserta pensiun.	50	48	2	0	0	4,48
3.	PT.TASPEN (persero) Banda Aceh memberikan pelayanan sesuai waktu operasi buka maupun tutup tepat waktu.	44	48	8	0	0	4,36
4.	Karyawan PT.TASPEN (persero) Banda Aceh mampu memberikan pelayanan yang akurat sesuai dengan harapan peserta pensiun	41	48	11	0	0	4,30
RERATA							4,38

Sumber: Data Primer (diolah), 2022

Berdasarkan Tabel 4.2 dapat diketahui bahwa rata-rata nilai skor untuk variabel *reliability* (keandalan) diperoleh nilai 4,38 yang berarti bahwa responden dalam penelitian ini merasa “Sangat

Setuju” terhadap pernyataan yang terdapat pada indikator variabel *reliability* (keandalan). Nilai terendah ditunjukkan oleh indikator “Karyawan PT.TASPEN (persero) Banda Aceh mampu memberikan pelayanan yang akurat sesuai dengan harapan peserta pensiun” dengan skor 4,30 yang berarti responden dalam penelitian ini masih merasa bahwa PT.TASPEN (persero) Banda Aceh belum cukup mampu memberikan pelayanan yang akurat sesuai dengan harapan peserta pensiun. Kemudian nilai tertinggi dengan skor 4,48 ditunjukkan oleh pernyataan “Karyawan PT.TASPEN (persero) Banda Aceh kompeten dalam melayani peserta pensiun” dimana termasuk dalam kategori “Sangat Setuju” yang berarti responden merasa bahwa karyawan PT.TASPEN (persero) Banda Aceh sangat kompeten dalam melayani peserta pensiun.

3. *Responsiveness* (Daya Tanggap)

Adapun hasil jawaban kuesioner terhadap variabel *responsiveness* (daya tanggap) adalah

Tabel 4. 3
Hasil jawaban kuesioner variabel X3

No.	Pernyataan	SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)	MEAN
1.	Karyawan PT.TASPEN (persero) Banda Aceh mampu menangani keluhan para peserta pensiun dengan baik dan tepat.	44	49	7	0	0	4,37
2.	Karyawan PT.TASPEN (persero) Banda Aceh melayani peserta pensiun secara Islami (mengucapkan salam dan ramah)	44	50	6	0	0	4,38
3.	Karyawan PT.TASPEN (persero) Banda Aceh sigap dan jelas dalam memberikan informasi kepada peserta pensiun.	50	47	3	0	0	4,47
RERATA							4,40

Sumber: Data Primer (diolah), 2022

Dari Tabel 4.3 tampak bahwa rata-rata nilai skor untuk variabel *responsiveness* (daya tanggap) diperoleh nilai 4,40 yang berarti bahwa responden pada penelitian ini merasa “Sangat Setuju” terhadap pernyataan yang terdapat pada indikator variabel *responsiveness* (daya tanggap). Nilai terendah dengan skor 4,37 yang termasuk dalam kategori “Sangat Setuju” ditunjukkan oleh indikator pernyataan “Karyawan PT.TASPEN (persero) Banda Aceh mampu menangani keluhan para peserta pensiun dengan baik dan tepat.” yang berarti responden dalam pernyataan ini merasa bahwa karyawan PT.TASPEN (persero) Banda Aceh dalam

melayani peserta pensiun masih belum sepenuhnya menerapkan pelayanan secara islami. Nilai tertinggi ditunjukkan oleh indikator pernyataan “Karyawan PT.TASPEN (persero) Banda Aceh sigap dan jelas dalam memberikan informasi kepada peserta pensiun.” dengan skor 4,47 dimana termasuk dalam kategori “Sangat Setuju” yang berarti sebagian besar responden dalam penelitian ini merasa bahwa karyawan PT.TASPEN (persero) Banda Aceh sangat sigap dan jelas dalam memberikan informasi kepada peserta pensiun.

4. Assurance (Jaminan)

Adapun hasil jawaban kuesioner terhadap variabel *assurance* (jaminan) adalah

Tabel 4. 4
Hasil jawaban kuesioner variabel X4

No.	Pernyataan	SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)	MEAN
1.	Ketepatan pembayaran klaim dengan waktu yang sesuai pada PT.TASPEN (persero) Banda Aceh.	38	49	13	0	0	4,25
2.	Karyawan PT.TASPEN (persero) Banda Aceh memiliki keterampilan dan pengetahuan yang baik terhadap produk pelayanan yang disediakan.	51	46	3	0	0	4,48
3.	PT.TASPEN (persero) Banda Aceh loyal dalam melayani peserta pensiun.	50	45	5	0	0	4,45
4.	PT.TASPEN (persero) Banda Aceh amanah dalam menjaga keamanan data peserta pensiun.	48	52	0	0	0	4,48
RERATA							4,41

Sumber: Data Primer (diolah), 2022

Tabel 4.4 dapat terlihat bahwa rata-rata nilai skor untuk variabel *assurance* (jaminan) diperoleh nilai 4,41 yang berarti bahwa responden pada penelitian ini merasa “Sangat Setuju” terhadap pernyataan yang terdapat pada indikator variabel *assurance* (jaminan). Nilai terendah ditunjukkan oleh indikator “Ketepatan pembayaran klaim dengan waktu yang sesuai pada PT.TASPEN (persero) Banda Aceh” dengan skor 4,25 yang termasuk dalam kategori “Sangat Setuju” yang diartikan bahwa responden merasa bahwa PT.TASPEN (persero) Banda Aceh masih kurang sesuai dalam ketepatan pembayaran klaim dengan waktu yang telah ditentukan. Kemudian nilai tertinggi ditunjukkan oleh indikator “PT.TASPEN (persero) Banda Aceh amanah dalam menjaga keamanan data peserta pensiun.” dengan skor 4.48 dan termasuk kategori “Sangat Setuju” yang berarti bahwa PT.TASPEN (persero) Banda Aceh amanah dalam menjaga keamanan data peserta pensiun.

5. *Empathy* (Empati)

Adapun hasil jawaban kuesioner terhadap variabel *empathy* (empati) adalah

Tabel 4. 5
Hasil jawaban kuesioner variabel X5

No.	Pernyataan	SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)	MEAN
1.	PT.TASPEN (persero) Banda Aceh adaptif dan harmonis dalam memberikan pelayanan.	52	44	4	0	0	4,48
2.	Karyawan PT.TASPEN (persero) Banda Aceh penuh perhatian dan sabar dalam memahami keinginan dan kebutuhan peserta pensiun.	53	47	0	0	0	4,53
RERATA							4,50

Sumber: Data Primer (diolah), 2022

Berdasarkan Tabel 4.5 dapat dikatakan bahwa rata-rata nilai skor untuk variabel *empathy* (empati) diperoleh nilai 4,50 yang berarti bahwa responden pada penelitian ini merasa “Sangat Setuju” terhadap pernyataan yang terdapat pada indikator variabel *empathy* (empati). Nilai terendah dengan skor 4,48 yang termasuk dalam kategori “Sangat Setuju” ditunjukkan oleh indikator pernyataan “PT.TASPEN (persero) Banda Aceh adaptif dalam memberikan pelayanan” yang berarti PT.TASPEN (persero) Banda Aceh masih kurang adaptif dalam memberikan pelayanan. Kemudian nilai tertinggi dengan skor 4,53 yang termasuk dalam kategori “Sangat Setuju” ditunjukkan oleh indikator pernyataan “Karyawan PT.TASPEN (persero) Banda Aceh penuh perhatian dan sabar dalam memahami keinginan dan kebutuhan peserta pensiun” dapat diartikan bahwa sebagian responden sangat setuju dengan pernyataan bahwa karyawan PT.TASPEN (persero) Banda

Aceh penuh perhatian dan sabar dalam memahami keinginan dan kebutuhan peserta pensiun.

6. Kepuasan Peserta Pensiun (Y)

Adapun hasil jawaban kuesioner terhadap variabel kepuasan peserta pensiun adalah

Tabel 4. 6
Hasil jawaban kuesioner variabel Y

No.	Pernyataan	SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)	MEAN
1.	Kemudahan tahap pelayanan pada PT.TASPEN (persero) Banda Aceh.	50	46	4	0	0	4,46
2.	Pelayanan pada PT.TASPEN (persero) Banda Aceh sesuai dengan keinginan peserta pensiun.	43	47	10	0	0	4,33
3.	Peserta pensiun mendapatkan pelayanan yang terbaik dari karyawan PT.TASPEN (persero) Banda Aceh.	46	50	4	0	0	4,42
4.	Pelayanan pada PT.TASPEN (persero) Banda Aceh tidak dipungut biaya.	58	41	1	0	0	4,57
5.	Peserta pensiun merasa puas setelah menerima pelayanan dari karyawan PT.TASPEN (persero) Banda Aceh.	54	43	3	0	0	4,51
RERATA							4,45

Sumber: Data Primer (diolah), 2022

Menurut Tabel 4.6 dapat disimpulkan bahwa rata-rata nilai skor untuk variabel Kepuasan Peserta Pensiun diperoleh nilai 4,45

yang berarti bahwa responden dalam penelitian ini merasa “Sangat Setuju” terhadap pernyataan yang terdapat pada indikator variabel Kepuasan Nasabah. Nilai terendah ditujukan oleh indikator variabel “Pelayanan pada PT.TASPEN (persero) Banda Aceh sesuai dengan keinginan peserta pensiun” yang masuk dalam kategori “Sangat Setuju” dengan skor 4,33 yang berarti PT.TASPEN (persero) Banda Aceh dalam pelayanannya masih belum sesuai dengan keinginan peserta pensiun. Kemudian nilai tertinggi dalam penelitian ini ditujukan dalam indikator “Pelayanan pada PT.TASPEN (persero) Banda Aceh tidak dipungut biaya” dengan skor 4,57 yang masuk dalam kategori “Sangat Setuju” yang artinya responden sangat setuju dengan pernyataan bahwa PT.TASPEN (persero) Banda Aceh dalam pelayanannya tidak dipungut biaya.

4.6 Uji Validitas

Uji validitas adalah uji yang digunakan untuk mengetahui suatu data dapat dipercaya atau valid kebenarannya sesuai dengan kenyataan (Perdana & Fahrullah, 2020). Pengujian validitas variabel pada penelitian ini menggunakan *SPSS statistic* dengan ciri-ciri apabila *Pearson Correlation* r hitung $>$ r tabel, maka kuesioner tersebut dikatakan valid.

1. *Tangible* (Bukti Fisik)

Tabel 4. 7
Hasil Uji Validitas Variabel X1

Variabel	Pernyataan	Corrected Item-Total Correlation (r hitung)	r tabel	Keterangan
<i>Tangible</i> (bukti fisik)	X1.1	0,633	0,195	Valid
	X1.2	0,669		Valid
	X1.3	0,732		Valid
	X1.4	0,690		Valid

Sumber: Data diolah SPSS (2022)

Berdasarkan Tabel 4.7 disebutkan bahwa nilai yang diperoleh dari setiap pernyataan variabel (X1) dalam kuesioner dinyatakan valid. Hal ini diketahui dengan membandingkan setiap nilai r hitung (*Corrected Item-Total Correlation*) dengan r tabel. Hasil yang didapat menunjukkan nilai r hitung lebih besar daripada r tabel sehingga hasil yang didapatkan valid.

2. *Reliability* (Keandalan)

Tabel 4. 8
Hasil Uji Validitas Variabel X2

Variabel	Pernyataan	Corrected Item-Total Correlation (r hitung)	r tabel	Keterangan
<i>Reliability</i> (Keandalan)	X2.1	0,849	0,195	Valid
	X2.2	0,642		Valid
	X2.3	0,775		Valid
	X2.4	0,820		Valid

Sumber: Data diolah SPSS (2022)

Tabel 4.8 terlihat nilai yang diperoleh pada setiap pernyataan variabel (X2) dalam kuesioner dinyatakan valid. Ini diketahui dengan membandingkan setiap nilai r hitung (*Corrected*

Item-Total Correlation) dengan r tabel. Hasil yang didapat menunjukkan nilai r hitung lebih besar daripada r tabel sehingga hasil yang didapatkan valid.

3. *Responsiveness* (Daya Tanggap)

Tabel 4. 9
Hasil Uji Validitas Variabel X3

Variabel	Pernyataan	Corrected Item-Total Correlation (r hitung)	r tabel	Keterangan
<i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)	X3.1	0,738	0,195	Valid
	X3.2	0,828		Valid
	X3.3	0,817		Valid

Sumber: Data diolah SPSS (2022)

Tabel 4.9 dapat diketahui bahwa nilai yang diperoleh pada setiap pernyataan variabel (X3) dalam kuesioner dinyatakan valid. Hal ini diketahui dengan membandingkan setiap nilai r hitung (*Corrected Item-Total Correlation*) dengan r tabel. Hasil yang didapat menunjukkan nilai r hitung lebih besar daripada r tabel sehingga hasil yang didapatkan valid.

4. *Assurance* (Jaminan)

Tabel 4. 10
Hasil Uji Validitas Variabel X4

Variabel	Pernyataan	Corrected Item-Total Correlation (r hitung)	r tabel	Keterangan
<i>Assurance</i> (Jaminan)	X4.1	0,695	0,195	Valid
	X4.2	0,639		Valid
	X4.3	0,656		Valid
	X4.4	0,606		Valid

Sumber: Data diolah SPSS (2022)

Tabel 4.10 dapat diketahui bahwa nilai yang didapatkan dari setiap pernyataan variabel (X4) dalam kuesioner dinyatakan valid. Hal ini diketahui dengan membandingkan setiap nilai r hitung (*Corrected Item-Total Correlation*) dengan r tabel. Hasil yang didapat menunjukkan nilai r hitung lebih besar daripada r tabel sehingga hasil yang didapatkan valid.

5. *Empathy* (Empati)

Tabel 4. 11
Hasil Uji Validitas Variabel X5

Variabel	Pernyataan	Corrected Item-Total Correlation (r hitung)	r tabel	Keterangan
<i>Empathy</i> (Empati)	X5.1	0,822	0,195	Valid
	X5.2	0,822		Valid

Sumber: Data diolah SPSS (2022)

Tabel 4.11 dapat dilihat bahwa nilai yang diperoleh pada setiap pernyataan variabel (X5) dalam kuesioner dinyatakan valid. Hal ini diketahui dengan membandingkan setiap nilai r hitung (*Corrected Item-Total Correlation*) dengan r tabel. Hasil yang didapat menunjukkan nilai r hitung lebih besar daripada r tabel sehingga hasil yang didapatkan valid. Y

6. Kepuasan Peserta Pensiun (Y)

Tabel 4. 12
Hasil Uji Validitas Variabel Y

Variabel	Pernyataan	Corrected Item-Total Correlation (r hitung)	r tabel	Keterangan
Kepuasan Peserta Pensiun (Y)	Y.1	0,746	0,195	Valid
	Y.2	0,713		Valid
	Y.3	0,770		Valid
	Y.4	0,765		Valid
	Y.5	0,627		Valid

Sumber: Data diolah SPSS (2022)

Berdasarkan Tabel 4.12 dapat terlihat bahwa nilai yang diperoleh pada setiap pernyataan variabel (Y) dikuesioner dinyatakan valid. Hal ini diketahui dengan membandingkan setiap nilai r hitung (*Corrected Item-Total Correlation*) dengan r tabel. Hasil yang didapat menunjukkan nilai r hitung lebih besar daripada r tabel sehingga hasil yang didapatkan valid.

4.7 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah alat ukur yang biasanya menggunakan kuesioner konsisten atau dapat dikatakan reliabel, dengan tujuan untuk mengetahui hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula. Uji reliabilitas ini dilakukan hanya pada data yang hasilnya valid. Untuk menguji data tersebut reliabel digunakan teknik cronbach alpha $> 0,60$. Ketidak konsistenan dapat

terjadi karena adanya perbedaan pendapat serta pemahaman responden dalam menjawab pertanyaan kuesioner (Perdana & Fahrullah, 2020).

Tabel 4. 13
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Minimal Croncbach Alpha	Croncbach Alpha
<i>Tangible</i> (X1)	0,60	0,844
<i>Reliability</i> (X2)		0,895
<i>Responsiveness</i> (X3)		0,895
<i>Assurance</i> (X4)		0,821
<i>Empathy</i> (X5)		0,898
Kepuasan Peserta Pensiun (Y)		0,884

sSumber: Data diolah SPSS (2022)

Pada Tabel 4.13, dapat diketahui bahwa nilai Croncbach Alpha dari variabel *tangible* (X1) yaitu sebesar 0,844, nilai variabel *reliability* (X2) yaitu sebesar 0,895, nilai variabel *responsiveness* (X3) yaitu sebesar 0,895, nilai variabel *assurance* (X4) yaitu sebesar 0,821, nilai variabel *empathy* (X5) yaitu sebesar 0,898, dan nilai variabel nilai Kepuasan Peserta Pensiun (Y) yaitu sebesar 0,884. Dapat dilihat bahwa instrument penelitian atau pernyataan yang digunakan sebagai indikator baik dari variabel X dan variabel Y merupakan alat ukur yang reliabel.

4.8 Uji Asumsi Klasik

4.8.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui nilai residual berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual berdistribusi normal. Apabila nilai signifikansi $> 0,05$, maka nilai residual berdistribusi normal, tetapi apabila nilai signifikansi $< 0,05$, maka nilai residual tidak berdistribusi normal (Sariningsih, Bahri, & Nurbaeti, 2020).

Tabel 4. 14
Hasil Uji Normalitas

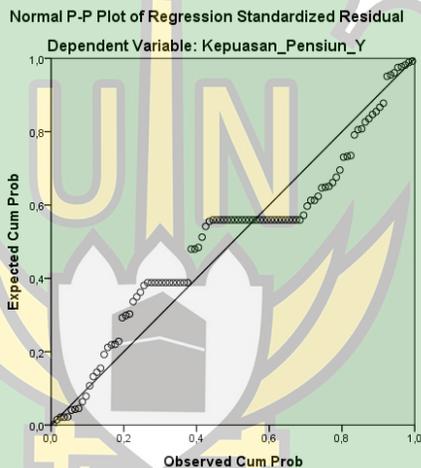
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1,18310618
Most Extreme Differences	Absolute	,129
	Positive	,129
	Negative	-,128
Kolmogorov-Smirnov Z		1,291
Asymp. Sig. (2-tailed)		,071
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		

Sumber: Data diolah SPSS (2022)

Berdasarkan Tabel 4.14 dapat diketahui bahwa nilai signifikan dibagian Kolmogorov-Smirnov dalam tabel *Test of Normality* sebesar 0,071. Jadi, dapat disimpulkan bahwa variabel terikat dan variabel bebas dalam penelitian ini terdistribusi secara normal karena nilai signifikansi (Sig.) lebih besar dari 0,05.

Uji Normalitas dapat juga dideteksi dengan menggunakan analisa grafik normal p-plot dengan hasil analisa menunjukkan data sesungguhnya menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal yang menunjukkan terjadi normalitas data sesuai dengan hasil output SPSS for Windows ditunjukkan dalam Gambar 4.4.

Gambar 4. 4
Hasil Uji Normalitas



Sumber: Data diolah SPSS (2022)

4.8.2 Uji Multikolinearitas

Tujuan uji multikolinearitas menurut Ghazali (dikuti dalam Nababan & Oktaviani, 2018) adalah untuk melihat hubungan antara variabel independen (bebas). Model regresi yang layak adalah tidak ada hubungan antara variabel independen. Jika variabel independen saling berhubungan, maka variabel ini mengandung efek samping multikolinear. Untuk mengenali multikolinearitas dalam model regresi, dapat dilihat nilai tolerance

atau *Variance Inflation Factor* (VIF). Model regresi dikatakan multikolinearitas apabila nilai tolerance $> 0,10$ dan nilai VIF < 10 .

Tabel 4. 15
Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
<i>Tangible</i> (X1)	0,223	4,492
<i>Reliability</i> (X2)	0,267	3,751
<i>Responsiveness</i> (X3)	0,287	3,485
<i>Assurance</i> (X4)	0,167	5,999
<i>Empathy</i> (X5)	0,342	2,920

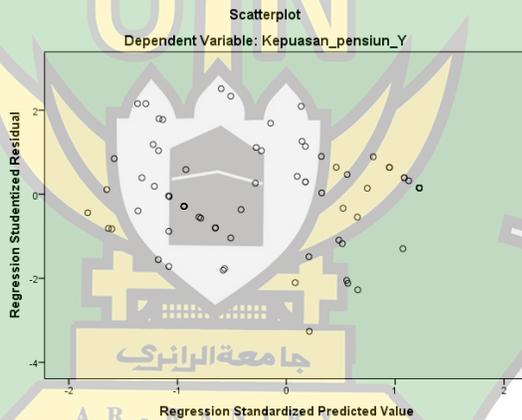
Sumber: Data diolah SPSS (2022)

Berdasarkan Tabel 4.15 dapat diketahui bahwa nilai tolerance variabel *tangible* (X1) adalah 0,223, nilai tolerance variabel *reliability* (X2) adalah 0,267, nilai tolerance variabel *responsiveness* (X3) adalah 0,287, nilai tolerance variabel *assurance* (X4) adalah 0,167, dan nilai tolerance *empathy* (X5) adalah 0,342. Kelima variabel memiliki nilai tolerance diatas 0,10 sehingga dapat dikatakan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel bebas dalam model regresi ini. Sedangkan nilai VIF variabel *tangible* (X1) adalah 4,492, nilai VIF variabel *reliability* (X2) adalah 3,751, nilai VIF variabel *responsiveness* (X3) adalah 3,485, nilai VIF variabel *assurance* (X4) adalah 5,999, dan nilai VIF variabel *empathy* (X5) adalah 2,920. Kelima variabel memiliki nilai VIF yang lebih kecil dari 10 sehingga dapat dikatakan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel bebas dalam model regresi ini.

4.8.3 Uji Heteroskedastisitas

Ghozali (dikuti dalam Nababan & Oktaviani, 2018) menyatakan untuk mendeteksi heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat grafik *scatterplot*. Dengan ketentuan jika pola tertentu seperti titik-titik yang membentuk suatu pola tertentu yang teratur atau bergelombang, melebar kemudian menyempit maka telah terjadi heteroskedastisitas dan jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan bawah angka 0 pada sumbu Y maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Gambar 4.5
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data diolah SPSS (2022)

Berdasarkan Gambar 4.5 dapat diketahui bahwa dalam grafik Scatterplot menunjukkan bahwa titik-titik tidak membentuk pola tertentu dan titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas. Sehingga model regresi ini layak digunakan untuk menganalisis hubungan antara Tangible (Bukti

Fisik), Reliability (Keandalan), Responsiveness (Daya Tanggap), Assurance (Jaminan) dan Empathy (Empati) terhadap Kepuasan peserta pensiun Pegawai Negeri Sipil pada PT TASPEN (PERSERO) cabang Banda Aceh.

Tabel 4. 16
Hasil Uji Durbin-Watson

Model	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson	dL	dU
1	,24286	2,015	1,44	1,65

Sumber: Data diolah SPSS (2022)

Pada Tabel 4.16 terlihat bahwa nilai dari uji *Durbin-Watson* sebesar 2,015 hal ini dapat dinyatakan dengan rumus (K ; N) dengan jumlah variabel independennya atau “K” sebesar 5 dan jumlah sampel atau “N” sebesar 100, maka (K ; N) = (5 ; 100). Sehingga nilai *Durbin-Watson* (d) sebesar 2,015 lebih besar dari batas (dU) yakni 1,65 dan kurang dari (4-dU) $4 - 1,65 = 2,35$. Berdasarkan ketentuan dalam uji ini maka H_0 diterima, yang artinya tidak terdapat autokorelasi.

4.9 Uji Hipotesis

4.9.1 Analisis Linear Berganda R Y

Regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara satu variabel dependen dengan variabel independen yang memiliki lebih dari satu variabel. Dalam penelitian ini variabel independen (X) adalah Tangible (Bukti Fisik), Reliability (Keandalan), Responsiveness (Daya Tanggap), Assurance (Jaminan) dan Empathy (Empati). Sedangkan variabel dependen (Y) adalah Kepuasan peserta pensiun.

Tabel 4. 17
Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2,444	1,321		1,850	,068
Tangible_X1	,008	,151	,005	,050	,960
Reliability_X2	,296	,109	,269	2,709	,008
Responsiveness_X3	,201	,141	,136	1,424	,158
Assurance_X4	,282	,158	,223	1,781	,078
Empathy_X5	,764	,202	,330	3,772	,000

Sumber: Data diolah SPSS (2022)

Berdasarkan Tabel 4.20 diatas, hasil regresi linear berganda dapat dibuat persamaan berikut.

$$Y = 2,444 + 0,008X_1 + 0,296X_2 + 0,201X_3 + 0,282X_4 + 0,764X_5 + e$$

Berdasarkan tabel 4.17, sehingga penjelasan tentang hubungan antar variabel dependen dan variabel independen dapat dijelaskan sebagai berikut.

1. Nilai konstanta (a) yang diperoleh adalah sebesar 2,444. Jika nilai koefisien Tangible (Bukti Fisik), Reliability (Keandalan), Responsiveness (Daya Tanggap), Assurance (Jaminan) dan Empathy (Empati) tidak bertambah maka nilai koefisien Kepuasan peserta pensiun sebesar 2,444.
2. Nilai koefisien variabel Tangible “Bukti Fisik” (X1) adalah 0,008. Hal ini berarti tangible (bukti fisik) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan peserta pensiun. Setiap penambahan 1 nilai pada variabel Tangible “Bukti Fisik” (X1)

- dan variabel Y dianggap konstan, maka variabel Y yaitu kepuasan peserta pensiun akan bertambah sebesar 0,008 satuan.
3. Nilai koefisien variabel Reliability “Keandalan” (X_2) adalah 0,296. Hal ini berarti bahwa reliability (keandalan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan peserta pensiun. Setiap penambahan 1 nilai pada variabel Reliability “Keandalan” (X_2) dan variabel Y dianggap konstan, maka variabel Y yaitu kepuasan peserta pensiun akan bertambah sebesar 0,296 satuan.
 4. Nilai koefisien variabel Responsiveness “Daya Tanggap” (X_3) adalah 0,201. Hal ini berarti bahwa responsiveness (daya tanggap) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan peserta pensiun. Setiap penambahan 1 nilai pada variabel Responsiveness “Daya Tanggap” (X_3) dan variabel Y dianggap konstan, maka variabel Y yaitu kepuasan peserta pensiun akan bertambah sebesar 0,201 satuan.
 5. Nilai koefisien variabel Assurance “Jaminan” (X_4) adalah 0,282. Hal ini berarti bahwa responsiveness (daya tanggap) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan peserta pensiun. Setiap penambahan 1 nilai pada variabel Assurance “Jaminan” (X_4) dan variabel Y dianggap konstan, maka variabel Y yaitu kepuasan peserta pensiun akan bertambah sebesar 0,282 satuan.
 6. Nilai koefisien variabel Empathy “Empati” (X_5) adalah 0,764. Hal ini berarti bahwa empathy (empati) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan peserta pensiun. Setiap

penambahan 1 nilai pada variabel Empathy “Empati” (X5) dan variabel Isinnya dianggap konstan, maka variabel Y yaitu kepuasan peserta pensiun akan bertambah sebesar 0,764 satuan.

4.9.1.1 Uji Parsial (Uji T)

Uji parsial digunakan untuk mengukur apakah variabel independen tersebut berpengaruh terhadap variabel dependen (Sariningsih, Bahri, & Nurbaeti, 2020). Untuk membuktikan sejauh mana variabel independen tersebut dapat berpengaruh terhadap variabel dependen, pengujian ini mempunyai ketentuan-ketentuan, yaitu:

1. Jika probabilitas (signifikansi) $< 0,05$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.
2. Jika probabilitas (signifikansi) $> 0,05$ atau $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang berarti variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen

Berdasarkan Tabel 4.17, hasil uji T hitung dapat disimpulkan sebagai berikut.

- a. Uji statistik secara parsial pada Tabel 4.17 diketahui bahwa variabel Tangible “Bukti Fisik” (X1) memperoleh nilai t hitung sebesar 0,050 dan t tabel sebesar 1,660, sehingga t hitung lebih kecil dari t tabel ($0,050 < 1,660$) dengan nilai signifikan 0,960. Nilai tersebut lebih besar dari 0,05 ($0,960 > 0,05$). Maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang berarti variabel Tangible “Bukti

Fisik” (X1) tidak berpengaruh terhadap variabel kepuasan peserta pensiun (Y).

- b. Uji statistik secara parsial pada Tabel 4.17 diketahui bahwa variabel Reliability “Keandalan” (X2) memperoleh nilai t hitung sebesar 2,709 dan t tabel sebesar 1,660, sehingga t hitung lebih besar dari t tabel ($2,709 > 1,660$) dengan nilai signifikan 0,008. Nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 ($0,008 < 0,05$). Maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti variabel Reliability “Keandalan” (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan peserta pensiun (Y).
- c. Uji statistik secara parsial pada Tabel 4.17 diketahui bahwa variabel Responsiveness “Daya Tanggap” (X3) memperoleh nilai t hitung sebesar 1,424 dan t tabel sebesar 1,660, sehingga t hitung lebih kecil dari t tabel ($1,424 < 1,660$) dengan nilai signifikan 0,158. Nilai tersebut lebih besar dari 0,05 ($0,158 > 0,05$). Maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang berarti variabel Responsiveness “Daya Tanggap” (X3) tidak berpengaruh terhadap variabel kepuasan peserta pensiun (Y).
- d. Uji statistik secara parsial pada Tabel 4.17 diketahui bahwa variabel Assurance “Jaminan” (X4) memperoleh nilai t hitung sebesar 1,781 dan t tabel sebesar 1,660, sehingga t hitung lebih besar dari t tabel ($1,781 > 1,660$) dengan nilai signifikan 0,078. Nilai tersebut lebih besar dari 0,05 ($0,078 > 0,05$). Maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang berarti variabel Assurance

“Jaminan” (X4) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan peserta pensiun (Y).

- e. Uji statistik secara parsial pada Tabel 4.17 diketahui bahwa variabel Empathy “Empati” (X5) memperoleh nilai t hitung sebesar 3,772 dan t tabel sebesar 1,660, sehingga t hitung lebih besar dari t tabel ($3,772 > 1,660$) dengan nilai signifikan 0,000. Nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti variabel Empathy “Empati” (X5) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan peserta pensiun (Y).

4.9.1.2 Uji Simultan (Uji F)

Uji Simultan dilakukan untuk melihat apakah variabel-variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini berpengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen. Uji F dilakukan dengan ketentuan-ketentuan sebagai berikut:

1. $H_0 : F_{hitung} > F_{tabel}$, berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya terdapat pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat.
2. $H_0 : F_{hitung} < F_{tabel}$, berarti H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya tidak terdapat pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat.

Tabel 4. 18
Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	424,016	5	84,803	57,525	,000 ^b
	Residual	138,574	94	1,474		
	Total	562,590	99			

Sumber: Data diolah SPSS (2022)

Berdasarkan Tabel 4.18 dapat diketahui bahwa nilai signifikan sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan yaitu Tangible (Bukti Fisik), Reliability (Keandalan), Responsiveness (Daya Tanggap), Assurance (Jaminan) dan Empathy (Empati) secara simultan berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan peserta pensiun.

4.9.1.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi menyatakan besarnya kemampuan kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Semakin mendekati 1 maka persentase kontribusinya dianggap semakin kuat.

Tabel 4. 19
Uji Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,868 ^a	,754	,741	1,214

Sumber: Data diolah SPSS (2022)

Berdasarkan Tabel 4.19 dapat dilihat bahwa hasil perhitungan uji R^2 (koefisien determinasi) yang diperoleh sebesar 0,754. Hal ini berarti bahwa kepuasan peserta pensiun dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan yaitu Tangible (Bukti Fisik), Reliability (Keandalan), Responsiveness (Daya Tanggap), Assurance (Jaminan) dan Empathy (Empati) sebesar 75,4% dan sebesar 24,6% lagi dipengaruhi oleh faktor lain selain Tangible (Bukti Fisik), Reliability (Keandalan), Responsiveness (Daya Tanggap), Assurance (Jaminan) dan Empathy (Empati).

4.10 Pembahasan

Penelitian ini dilakukan untuk menjelaskan pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri dari indikator Tangible (Bukti Fisik), Reliability (Keandalan), Responsiveness (Daya Tanggap), Assurance (Jaminan) dan Empathy (Empati) terhadap kepuasan pensiun Pegawai Negeri Sipil pada PT. TASPEN (Persero) Cabang Banda Aceh.

4.10.1 Pengaruh *Tangible* (Bukti Fisik) Terhadap Kepuasan Pensiun Pegawai Negeri Sipil dalam perspektif Ekonomi Syariah pada PT. TASPEN (Persero) Cabang Banda Aceh

Berdasarkan uji statistik secara parsial, pengujian hipotesis dilakukan dengan cara membandingkan nilai dari t hitung dengan t tabel. Nilai t hitung Tangible “Bukti Fisik” (X_1) adalah 0,050 dan t tabel sebesar 1,660, sehingga t hitung lebih kecil dari t tabel (0,050

$< 1,660$) dengan nilai signifikan $0,960$. Nilai tersebut lebih besar dari $0,05$ ($0,960 > 0,05$). Maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang berarti variabel *Tangible* “Bukti Fisik” (X1) tidak berpengaruh terhadap variabel kepuasan peserta pensiun (Y). Sehingga hipotesis yang menyatakan terdapat pengaruh tangible (bukti fisik) terhadap kepuasan pensiun Pegawai Negeri Sipil ditolak.

Tangible (Bukti Fisik) adalah fasilitas fisik seperti seperti gedung, ruangan yang nyaman dan sarana prasarana lainnya. Dalam Islam, pelayanan yang berhubungan dengan fasilitas fisik sebenarnya fokus pada kenyamanan pelanggan, bukan menunjukkan sisi kemewahan (Ekawati & Khotib, 2021). Dalam penelitian ini, tangible atau bukti fisik tidak berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat kepuasan peserta pensiun pada PT. TASPEN (Persero) Cabang Banda Aceh. Tangible atau bukti fisik merupakan suatu faktor yang dapat meningkatkan kepuasan konsumen, apabila perusahaan penyedia jasa tersebut dapat memberikan fasilitas yang baik maka konsumen akan merasa puas. Fasilitas pada PT. TASPEN (Persero) Cabang Banda Aceh cenderung baik tetapi terdapat beberapa kekurangan seperti fasilitas khusus untuk para difabel perlu ditingkatkan seperti membuat tanda kawasan khusus untuk difabel atau yang memakai kursi roda serta menyediakan WIFI untuk umum agar peserta yang sedang menunggu nomor antriannya dipanggil tidak bosan ketika menunggu. Alasan lainnya yang menyebabkan variabel tangible (bukti fisik) ini tidak berpengaruh terhadap kepuasan peserta

pensiun ialah karena item pertanyaan yang disediakan oleh peneliti merupakan pertanyaan yang mendasar terkait indikator yang terdapat pada variabel ini dan bukan pertanyaan yang spesifik terkait bagaimana variabel tangible (bukti fisik) berpengaruh terhadap kepuasan peserta pensiun.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Gobel, Ogotan dan Tampongongoy (2019) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Administrasi Terhadap Kepuasan Layanan Peserta pada PT. Taspen Cabang Manado” dengan hasil penelitian menyebutkan bahwa tangible (bukti fisik) tidak berpengaruh terhadap kepuasan pensiunan.

4.10.2 Pengaruh Reliability (Keandalan) Terhadap Kepuasan Pensiun Pegawai Negeri Sipil dalam perspektif Ekonomi Syariah pada PT. TASPEN (Persero) Cabang Banda Aceh

Berdasarkan uji statistik secara parsial, pengujian hipotesis dilakukan dengan cara membandingkan nilai dari t hitung dengan t tabel. Nilai t hitung Reliability “Keandalan” (X2) sebesar 2,709 dan t tabel sebesar 1,660, sehingga t hitung lebih besar dari t tabel ($2,709 > 1,660$) dengan nilai signifikan 0,008. Nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 ($0,008 < 0,05$). Maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti variabel Reliability “Keandalan” (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan peserta pensiun (Y). Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh Reliability “Keandalan” (X2) terhadap kepuasan peserta pensiun

(Y). Sehingga hipotesis yang menyatakan terdapat pengaruh Reliability (Keandalan) terhadap kepuasan pensiun Pegawai Negeri Sipil pada PT. TASPEN (Persero) Cabang Banda Aceh diterima. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi reliability atau keandalan maka akan mempengaruhi kepuasan pensiun Pegawai Negeri Sipil.

Reliability (Keandalan) terkait dengan kemampuan untuk secara tepat menawarkan bantuan atau jasa yang dijamin. Ketepatan dan akurasi ini dapat mendorong rasa kepercayaan konsumen pada perusahaan (Ekawati & Khotib, 2021). Dimensi reliability terdapat dalam sifat *siddiq* yang berarti benar dan jujur, sifat ini harus menjadi visi dalam hidup setiap muslim (Sugiarti & Meilani, 2021). Berdasarkan penelitian yang dilakukan, PT. TASPEN (Persero) Cabang Banda Aceh memiliki karyawan yang handal dan bekerja sesuai dengan bidangnya masing-masing. Bidang pelayanan merupakan bidang yang secara langsung melayani peserta pensiun sehingga karyawan pada bidang ini harus benar-benar handal dalam melayani dan berkomunikasi langsung dengan peserta pensiun. Dengan keandalan dari karyawan, dapat membuat kepercayaan peserta pensiun terhadap kemampuan mereka dalam menawarkan pelayanan dengan baik.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Nababan dan Oktaviani (2018) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Peserta Pensiun pada PT. Taspen (persero) Cabang Depok”. Kemudian sejalan juga dengan

penelitian yang dilakukan Gobel, Ogotan dan Tampongangoy (2019) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Administrasi Terhadap Kepuasan Layanan Peserta pada PT. Taspen Cabang Manado”.

4.10.3 Pengaruh Responsiveness (Daya Tanggap) Terhadap Kepuasan Pensiun Pegawai Negeri Sipil dalam Perspektif Ekonomi Syariah pada PT. TASPEN (Persero) Cabang Banda Aceh

Uji statistik secara parsial diketahui bahwa variabel Responsiveness “Daya Tanggap” (X3) memperoleh nilai t hitung sebesar 1,424 dan t tabel sebesar 1,660, sehingga t hitung lebih kecil dari t tabel ($1,424 < 1,660$) dengan nilai signifikan 0,158. Nilai tersebut lebih besar dari 0,05 ($0,158 > 0,05$). Maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang berarti variabel Responsiveness “Daya Tanggap” (X3) tidak berpengaruh terhadap variabel kepuasan peserta pensiun (Y). Sehingga hipotesis yang menyatakan terdapat pengaruh responsiveness (daya tanggap) terhadap kepuasan pensiun Pegawai Negeri Sipil ditolak.

Responsiveness (Daya Tanggap) berhubungan dengan kesediaan pegawai dalam memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada kosnumen. Pelayanan yang profesional dapat meningkatkan kepercayaan dari para konsumen melalui pegawai yang bekerja sesuai bidangnya dengan cepat dan tepat (Ekawati & Khotib, 2021). Dalam penelitian ini, responsiveness atau daya tanggap tidak berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat

kepuasan peserta pensiun pada PT. TASPEN (Persero) Cabang Banda Aceh. Hal ini menunjukkan bahwa PT. TASPEN (Persero) Cabang Banda Aceh belum maksimal dalam meningkatkan daya tanggap sehingga belum mampu memenuhi kepuasan peserta pensiun. Apabila perusahaan meningkatkan daya tanggapnya, maka akan dapat meningkatkan kepuasan peserta pensiun. Meskipun begitu, seperti halnya responsiveness (daya tanggap) dari pelayanan yang diberikan tidak secara menyeluruh dirasakan oleh peserta pensiun sehingga tidak terlalu memberi pengaruh yang signifikan bagi kepuasan peserta, seperti mampu menangani keluhan peserta pensiun dengan baik dan sigap dalam melayani. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Aryanto (2017) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Prodi Ekonomi Syariah dalam Penyelesaian Administrasi Terhadap Kepuasan Mahasiswa dan Dampaknya Terhadap Citra Prodi Ekonomi Syariah” dengan hasil penelitian menyebutkan bahwa responsiveness (daya tanggap) tidak berpengaruh terhadap kepuasan pensiunan.

4.10.4 Pengaruh Assurance (Jaminan) Terhadap Kepuasan Pensiun Pegawai Negeri Sipil dalam Perspektif Ekonomi Syariah pada PT. TASPEN (Persero) Cabang Banda Aceh

Uji statistik secara parsial pada tabel 4.17 diketahui bahwa variabel Assurance “Jaminan” (X4) memperoleh nilai t hitung sebesar 1,781 dan t tabel sebesar 1,660, sehingga t hitung lebih

besar dari t tabel ($1,781 > 1,660$) dengan nilai signifikan 0,078. Nilai tersebut lebih besar dari 0,05 ($0,078 > 0,05$). Maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang berarti variabel Assurance “Jaminan” (X4) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan peserta pensiun (Y). Sehingga hipotesis yang menyatakan terdapat pengaruh assurance (jaminan) terhadap kepuasan pensiun Pegawai Negeri Sipil ditolak.

Assurance (Jaminan) merupakan kemampuan karyawan mengenai pengetahuan dan pemahaman, kesantunan, kesopanan, kepercayaan dalam menawarkan layanan dan perspektif terhadap para pelanggan. Sifat-sifat ini akan membangun rasa percaya, keyakinan bahwa semuanya baik-baik saja, dan terbebas dari bahaya dan risiko sehingga membuat pelanggan merasa puas (Ekawati & Khotib, 2021). Dimensi assurance dalam sudut pandang ekonomi syariah merupakan justifikasi dari sifat *amanah*. Sifat amanah menyangkut dengan aspek tanggung jawab, dapat dipercaya, dan kredibilitas. Sehingga sifat ini menjadi misi hidup setiap muslim (Sugiarti & Meilani, 2021). Dalam penelitian ini, assurance atau jaminan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan peserta pensiun pada PT. TASPEN (Persero) Cabang Banda Aceh. Faktor yang menyebabkannya adalah mungkin masih terdapat peserta pensiun yang masih belum puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh PT. TASPEN (Persero) Cabang Banda Aceh terkait dengan dimensi assurance (jaminan). Apabila assurance (jaminan) dalam pelayanan ditingkatkan, maka akan

dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Meskipun begitu, assurance (jaminan) dari pelayanan yang diberikan tidak secara menyeluruh dirasakan oleh peserta pensiun sehingga tidak terlalu memberi pengaruh yang signifikan bagi kepuasan peserta, seperti ketepatan pembayaran klaim dengan waktu yang sesuai, sehingga hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nababan dan Oktaviani (2018) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Peserta Pensiun pada PT. Taspen (persero) Cabang Depok” dengan hasil penelitian menyebutkan bahwa assurance (jaminan) tidak berpengaruh terhadap kepuasan pensiunan.

4.10.5 Pengaruh Empathy (Empati) Terhadap Kepuasan Pensiun Pegawai Negeri Sipil dalam Perspektif Ekonomi Syariah pada PT. TASPEN (Persero) Cabang Banda Aceh

Uji statistik secara parsial pada tabel 4.17 diketahui bahwa variabel Empathy “Empati” (X5) memperoleh nilai t hitung sebesar 3,772 dan t tabel sebesar 1,660, sehingga t hitung lebih besar dari t tabel ($3,772 > 1,660$) dengan nilai signifikan 0,000. Nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti variabel Empathy “Empati” (X5) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan peserta pensiun (Y). Sehingga hipotesis yang menyatakan terdapat pengaruh Empathy (Empati) terhadap kepuasan pensiun Pegawai Negeri Sipil pada PT. TASPEN (Persero) Cabang Banda Aceh diterima.

Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi empathy atau empati maka akan mempengaruhi kepuasan pensiun Pegawai Negeri Sipil.

Dimensi Empathy (Empati) ini berhubungan dengan kemampuan seorang karyawan untuk terus menerus peduli dan berkonsentrasi penuh kepada konsumen. sikap ini muncul melalui komunikasi, koneksi, perhatian, dan dapat memahami keluhan dari konsumen (Ekawati & Khotib, 2021). Dimensi empathy (empati) ini merupakan bagian sifat *fathanah* (kecerdikan, kebijaksanaan, intelektualitas) yang menjadi landasan sebagai strategi hidup setiap muslim (Sugiarti & Meilani, 2021). Dengan sikap tersebut dapat membuat konsumen merasa kebutuhannya telah terpenuhi dan puas karena telah diberikan pelayanan yang baik.

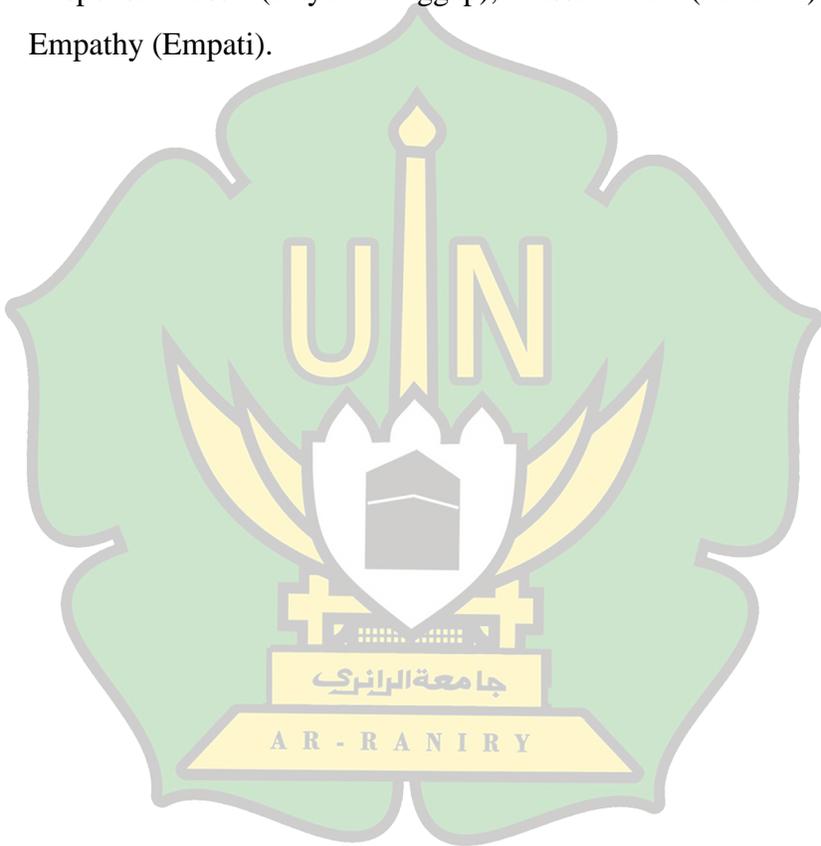
Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Gobel, Ogotan dan Tampongangoy (2019) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Administrasi Terhadap Kepuasan Layanan Peserta pada PT. Taspen Cabang Manado”. Kemudian sejalan juga dengan penelitian yang dilakukan Masturah, Hasnita, dan Djakfar (2017) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami terhadap Kepuasan Konsumen Salon Muslimah di Banda Aceh”. Yang menyatakan bahwa empathy (empati) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pensiun Pegawai Negeri Sipil.

4.10.6 Pengaruh *Tangible* (Bukti Fisik), *Reliability* (Keandalan), *Responsiveness* (Daya Tanggap), *Assurance* (Jaminan) dan *Empathy* (Empati) Secara Simultan Terhadap Kepuasan Peserta Pensiun Pegawai Negeri Sipil dalam perspektif Ekonomi Syariah pada PT.TASPEN (Persero) Cabang Banda Aceh.

Berdasarkan uji statistik secara simultan dapat diketahui bahwa nilai signifikan sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan yaitu *Tangible* (Bukti Fisik), *Reliability* (Keandalan), *Responsiveness* (Daya Tanggap), *Assurance* (Jaminan) dan *Empathy* (Empati) secara simultan berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan peserta pensiun. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan yang di terapkan pada PT. TASPEN (Persero) Cabang Banda Aceh memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan peserta pensiun.

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah di lakukan dapat diketahui bahwa pengaruh dari suatu variabel dengan variabel lainnya cukup tinggi yaitu sebesar 0,754. Hal ini berarti bahwa kepuasan peserta pensiun dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan yaitu *Tangible* (Bukti Fisik), *Reliability* (Keandalan), *Responsiveness* (Daya Tanggap), *Assurance* (Jaminan) dan *Empathy* (Empati) sebesar 75,4% hal ini menunjukkan bahwa

kepuasan peserta pensiun pada PT. TASPEN (Persero) Cabang Banda Aceh dapat di jelaskan oleh variabel kualitas pelayanan, sedangkan sisanya sebesar 24,6% lagi di jelaskan oleh faktor lain selain Tangible (Bukti Fisik), Reliability (Keandalan), Responsiveness (Daya Tanggap), Assurance (Jaminan) dan Empathy (Empati).



BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang didapat dari hasil penelitian ini yaitu:

1. *Tangible* (Bukti fisik layanan) tidak berpengaruh terhadap kepuasan pensiun Pegawai Negeri Sipil pada PT.TASPEN (persero) Banda Aceh.
2. *Reliability* (Keandalan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pensiun Pegawai Negeri Sipil pada PT.TASPEN (persero) Banda Aceh.
3. *Responsiveness* (Daya Tanggap) tidak berpengaruh terhadap kepuasan pensiun Pegawai Negeri Sipil pada PT.TASPEN (persero) Banda Aceh.
4. *Assurance* (Jaminan) tidak berpengaruh terhadap kepuasan pensiun Pegawai Negeri Sipil pada PT.TASPEN (persero) Banda Aceh.
5. *Empathy* (Empati) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pensiun Pegawai Negeri Sipil pada PT.TASPEN (persero) Banda Aceh.
6. *Tangible* (Bukti Fisik), *Reliability* (Keandalan), *Responsiveness* (Daya Tanggap), *Assurance* (Jaminan) dan *Empathy* (Empati) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan peserta pensiun Pegawai Negeri Sipil pada PT.TASPEN (persero) Banda Aceh.

5.2 Saran

Saran dalam penelitian ini adalah

1. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan variabel atau faktor-faktor selain kualitas pelayanan yang dimungkinkan dapat berpengaruh terhadap kepuasan peserta pensiun Pegawai Negeri Sipil pada PT.TASPEN (persero) Banda Aceh. Peneliti mengharapkan pada penelitian selanjutnya juga dapat menambahkan responden tidak hanya pensiunan Pegawai Negeri Sipil saja tetapi dapat menggunakan responden pensiunan Veteran, pensiunan Janda atau Duda dan studi penelitian dapat dilakukan juga pada mitra PT.TASPEN (persero) lainnya di Banda Aceh seperti kantor POS. Dalam penelitian ini indikator dari variabel kualitas pelayanan yaitu *Tangible* (Bukti Fisik), *Responsiveness* (Daya Tanggap) dan *Assurance* (Jaminan) memiliki hasil penelitian yang berbeda dengan hipotesis penelitian sehingga peneliti mengharapkan adanya penelitian berkelanjutan terhadap tiga variabel tersebut untuk mengetahui bagaimana pengaruh ketiga variabel tersebut terhadap kepuasan peserta pensiun baik secara umum dan dalam perspektif ekonomi syariah sehingga nantinya akan mendapatkan hasil penelitian yang lebih baik dari segi hasil penelitian ataupun penjelasan terhadap pengaruh dari ketiga variabel tersebut.

2. Bagi PT.TASPEN (persero) cabang Banda Aceh, faktor kualitas pelayanan yaitu indikator variabel *Tangible* (Bukti Fisik) seperti menyediakan kawasan dan properti khusus untuk difabel atau yang menggunakan kursi roda serta dapat menyediakan WIFI untuk umum agar para peserta pensiun yang menunggu nomor antriannya dipanggil tidak merasa bosan, variabel *Responsiveness* (Daya Tanggap) dan *Assurance* (Jaminan) harus lebih ditekankan dan dioptimalkan untuk mencapai tingkat kepuasan peserta pensiun yang lebih baik berdasarkan masalah, sehingga dapat memberikan pelayanan yang berkualitas kepada seluruh masyarakat. Karena hasil angka-angka statistik yang didapat dari indikator variabel ini memiliki nilai koefisien yang kurang. Indikator *Reliability* (Keandalan) dan *Empathy* (Empati) merupakan variabel yang memiliki hasil statistik yang tinggi sehingga peneliti berharap agar perusahaan dapat mempertahankan kualitas pelayanan pada indikator variabel tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, B., & Saebani, B., A. (2014). *Metode Penelitian Ekonomi Islam (Muamalah)*. Bandung: Pustaka Setia.
- Anifaturrohmah, S., & Hanifah, N. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Sales terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ekonomi Dan Hukum Islam*, 5(2), 190-212.
- Arpizal, A., & Mustika, D. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam pada Bisnis Online. *Finest: Jurnal Riset dan Pengembangan Ekonomi Islam*, 5(1), 23-50.
- Aryanto, R. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Prodi Ekonomi Syariah dalam Penyelesaian Administrasi terhadap Kepuasan Mahasiswa dan Dampaknya terhadap Citra Prodi Ekonomi Syariah. *I-Finance: a Research Journal on Islamic Finance*, 3(2), 213-227.
- Azhari, M. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada FBM Worldwide. *Aliansi: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 16(2), 35-44.
- Bungin, B. (2018). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Depok : Prenamedia group.
- Duli, N. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data Dengan SPSS*. Yogyakarta : Deepublish.
- Ekawati, S., & Khotib, A. M. (2021). Manajemen Pelayanan Islami Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen di Toko Alfa Barokah Kecamatan Gayam Kabupaten Sumenep. *Al-Idarah: Jurnal Manajemen dan Bisnis Islam*, 2(2), 127-143.
- Eva Sundari, S. E., & MM, C. (2021). *Dinamika Citra dan Pelayanan Bank terhadap Loyalitas Nasabah dalam Tinjauan Islam (Studi kasus Perbankan Syariah di Kota Pekanbaru)*. Penerbit Adab.
- Fatwa, H., Muhammad, S., & Muhizar, M. (2022). Implementasi Etos Kerja Islami Karyawan pada Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Stabat. *Maisir Gharar Riba*, 1(1), 18-25.

- Feliyani, N. (2021). Manajemen Ekonomi Syariah dalam Fungsi-Fungsi Bisnis Islam. *JES (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 6(1), 84-97.
- Firdaus, M. M. (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif; Dilengkapi Analisis Regresi Ibm Spss Statistics Version 26.0*. CV. Dotplus Publisher.
- Fuadi, F., Sudarmanto, E., Nainggolan, B., Martina, S., Rozaini, N., Ningrum, N. P., ... & Hendrawati, E. (2021). *Ekonomi Syariah*. Yayasan Kita Menulis.
- Gobel, M., V., Ogotan, M., & Tampongongoy, D. (2019) Pengaruh Kualitas Pelayanan Administrasi terhadap Kepuasan Layanan Peserta pada PT. TASPEN Cabang Manado. *Jurnal Administrasi Publik Universitas Sam Ratulangi*, 05(84). 46-53.
- Haryanto, H. R. (2020). *Manajemen Pemasaran Bank Syariah* (Vol. 212). Duta Media Publishing.
- Holle, M. H. (2020). *Bunga Rampai Studi Ekonomi Syariah* (Vol. 136). Duta Media Publishing.
- Idrus, S., A. (2019). *Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian*. Malang : Media Nusa Creative.
- Indrawan , R., & Yaniawati, P. (2014) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Campuran untuk Manajemen, Pembangunan, dan Pendidikan*. Bandung : Refika Aditama
- Kim, N. (Lauren), Woo, H., & Ramkumar, B. (2021). The role of product history in consumer response to online second-hand clothing retail service based on circular fashion. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 60, 102457. doi:10.1016/j.jretconser.2021.102457
- Kurniasih, D. (2021). *Kepuasan Konsumen : Studi Terhadap Word Of Mouth, Kualitas Layanan dan Citra Merek*. Banten : Bintang Visitama.
- Kustiyah, E., Astuti, I. D., & Pawenang, S. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan dan Lokasi terhadap Kepuasan Nasabah di PT. Taspen (Persero) Cabang Surakarta. *JBMP (Jurnal Bisnis, Manajemen dan Perbankan)*, 3(1), 22-34.

- Masturah, A., Hasnita, N., & Djakfar, I. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Kepuasan Konsumen Salon Muslimah Di Banda Aceh. *Ekobis Syariah*, 1(2), 48-61.
- Nababan, A., & Taruli, D. (2021). Hubungan Pemberian Penguatan Pembelajaran Melalui Daring Dengan Motivasi Belajar Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Dinamika Pendidikan*, 14(1), 105-115.
- Nababan, B. O., & Oktaviani, T. A. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Peserta Pensiun pada Pt. Taspen (Persero) Cabang Depok. *Economicus*, 12(1), 89-100.
- Nasfi, N., Rahmad, R., & Sabri, S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah. *Ekonomika Syariah: Journal of Economic Studies*, 4(1), 19-38.
- Nasution, R. S., Tarigan, P., & Siregar, L. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pensiun Pegawai Negeri Sipil (PNS) pada PT. Taspen (Persero) Cabang Pematangsiantar. *SULTANIST: Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 2(2), 30-34.
- Nuralam, I., P. (2017). *Etika Pemasar dan Kepuasan Konsumen dalam Pemasaran Perbankan Syariah*. Malang : Universitas Brawijaya Press.
- Perdana, R. W., & Fahrullah, A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Bukopin Kcp Gresik. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 3(3), 188-187.
- Rahmadana, M. F., Mawati, A. T., Siagian, N., Perangin-angin, M. A., Refelino, J., Tojiri, M. Y., ... & Bahri, S. (2020). *Pelayanan Publik*. Yayasan Kita Menulis.
- Ramadhan, M. (2021). *Metode Penelitian*. Surabaya : Cipta Media Nusantara.
- Rikatsih, N., & Kom, M. (2021). Metodologi Penelitian Ilmu Komputer. *Metodologi Penelitian di Berbagai Bidang*, 1.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. Deepublish.
- Salea, C., Lopian, J. S., & Tielung, M. V. (2021). Analisis Pengaruh Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan

- Pembelian Konsumen Di Restoran Cepat Saji Kfc Bahu Manado Pada Masa Covid-19. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9(4), 1293-1302.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis. Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Sari, N. A., & Indriyani, S. (2020). Pengaruh Syariah Marketing, Kualitas Pelayanan, Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen pada Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Cabang Bandar Lampung. *Jurnal Entrepreneur dan Bisnis (JEBI)*, 1(1). 81-92.
- Sariningsih, N., Bahri, S., & Nurbaeti, A. (2020). Pengaruh Pelayanan Islami Terhadap Kepuasan Konsumen Di 212 Mart Purwakarta. *EKSISBANK (Ekonomi Syariah Dan Bisnis Perbankan)*, 4(2), 140-156.
- Satria, E., & Kamza, M. (2021). Pengaruh Strategi Inquiring Minds Wont To Know dengan Gallery Learning terhadap Prestasi Belajar Sejarah Siswa Kelas X Sman 2 Simeulue Barat. *Riwayat: Educational Journal of History and Humanities*, 4(2).
- Satriady, A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus pada PT Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Tambun Mangunjaya). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 1(1), 1-18.
- Setiawan, B. P., & Frianto, A. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Perusahaan Jasa Ekspedisi Krian). *BIMA: Journal of Business and Innovation Management*, 3(3), 352-366.
- Shihab, M. Q., & Al-Misbah, T. (2002). Pesan, Kesan dan Keserasian Al-Qur'an. *Jakarta: Lentera Hati*.
- Sinulingga, N. A. B., & Sihotang, H. T. (2021). *Perilaku Konsumen: Strategi dan Teori*. (n.p.): IOCS Publisher.
- Siregar, N. S. S. (2021). *Komunikasi Terapeutik Bernuansa Islami*. Scopindo Media Pustaka.
- Siregar, S. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & Spss*.

- Siroj, S., Nurwidiawati, D., Mailani, A., Syachwaldi, R. A., Irawan, A., Nurohman, M. Y., & Aditya, S. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Kantor Pos Sindanglaya Cipanas. *El-Ecosy: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*, 1(1), 1-16.
- Sudjana. 2005. *Metode Statistika*. Bandung: PT Tarsiti Bandung.
- Sugiarti, D., & Meilani, A. (2021). Dimensi Carter Kualitas Layanan Bank Syariah Indonesia: Studi Komparatif Sebelum dan Setelah Merger. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(3), 1696-1704.
- Sugiyono. (2016). *Cara Mudah Menyusun Skripsi, Tesis dan Disertasi*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sumartini, L. C., & Tias, D. F. A. (2019). Analisis Kepuasan Konsumen untuk Meningkatkan Volume Penjualan Kedai Kopi Kala Senja. *Jurnal E-Bis (Ekonomi-Bisnis)*, 3(2), 111-118.
- TASPEN. (2018). Sejarah Perusahaan, dari <https://www.taspen.co.id/tentang-kami/sejarah>
- Uzir, M. U. H., Al Halbusi, H., Thurasamy, R., Hock, R. L. T., Aljaberi, M. A., Hasan, N., & Hamid, M. (2021). The Effects of Service Quality, Perceived Value and Trust in Home Delivery Service Personnel on Customer Satisfaction: Evidence from a Developing Country. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 63, 102721.
- Widjajakusuma, M. K., Yusanto, M. I. (2002). *Menggagas bisnis Islami*. Jakarta: Gema Insani.
- Wijaya, O. Y. (2021). *Strategi Customer Relationship Marketing: Upaya Meningkatkan Citra dan Keputusan Konsumen Menabung di Bank BRI Surabaya*. Penerbit Lakeisha.
- Yi, Y., & Natarajan, R. (2018). *Customer Satisfaction in Asia. Psychology & Marketing*, 35(6), 387–391. doi:10.1002/mar.21093
- Yuliani, M. (2017). Manajemen Lembaga Keuangan Non Bank Dana Pensiun Berdasarkan Prinsip Syariah. *Dinamika Penelitian: Media Komunikasi Penelitian Sosial Keagamaan*, 17(2), 221-240.

- Yusanto, M. I. (2002). *Menggagas Bisnis Islami*. Gema Insani.
- Zuhri, A., & Haryanto, R. (2016). Dimensi Carter dalam Peningkatan Kualitas Layanan BPRS Bhakti Sumekar Sumenep. *IQTISHADIA: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 3(1), 114-135.
- Zulvia, D., & Krisvia. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Nasabah dan Teknologi Sistem Informasi terhadap Kepuasan Nasabah di PT. TASPEN Cabang Padang. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Scholastic*, 05(01). 96-105.



LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Assalamualaikum Wr. Wb

Saya mahasiswi Prodi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh. Memohon ketersediaan Bapak/Ibu untuk mengisi kuesioner dalam rangka pengambilan data penelitian sebagai tugas akhir saya mengenai “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pensiun Pegawai Negeri Sipil dalam Perspektif Ekonomi Syariah (Studi Pada PT. TASPEN (Persero) Cabang Banda Aceh)” . Sehubungan dengan hal itu, maka saya mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk meluangkan waktunya guna mengisi kuesioner ini. Pengisian kuesioner ini bertujuan untuk mengembangkan ilmu pengetahuan. Mengenai data yang nantinya saya peroleh tidak akan saya gunakan untuk keperluan lain serta kerahasiannya akan dijaga. Oleh karena itu, saya berharap seluruh pertanyaan dijawab dengan sejujur-jujurnya. Atas kerjasama dan bantuannya saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya,
Peneliti

Cut Mutiah Aksyah
NIM: 180602104

1. Apakah anda merupakan pensiunan Pensiun Pegawai Negeri Sipil ?
 - a. Ya
 - b. Tidak

➤ **Jika Ya maka jawablah pertanyaan dibawah ini dengan sebenar-benarnya :**

1. Nama :
*Boleh diisi dengan inisial
2. Jenis Kelamin :
 - a. Perempuan
 - b. Laki-Laki
3. Usia :
 - a. 40 – 49 Tahun
 - b. 50 – 59 Tahun
 - c. Lebih dari 60 Tahun
4. Pendidikan Terakhir
 - a. SMA
 - b. S1
 - c. S2

➤ **Petunjuk Pengisian**

Berilah jawaban pada pertanyaan berikut ini sesuai dengan pendapat anda, dengan cara memberikan tanda **centang** (✓) pada kolom yang tersedia dengan keterangan sebagai berikut:

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

KS = Kurang Setuju - R A N I R Y

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

Kualitas Pelayanan						
a. Tangible (bukti fisik)						
No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Fasilitas di PT.TASPEN (persero) Banda Aceh lengkap.					
2.	Kebersihan di lingkungan PT.TASPEN (persero) Banda Aceh terjaga.					
3.	Lokasi PT.TASPEN (persero) Banda Aceh yang strategis.					
4.	Kerapihan, kebersihan dan penampilan karyawan PT.TASPEN (persero) Banda Aceh					
b. Reliability (keandalan)						
No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	PT.TASPEN (persero) Banda Aceh disiplin dan segera dalam melayani peserta pensiun.					
2.	Karyawan PT.TASPEN (persero) Banda Aceh jujur dalam melayani peserta pensiun.					
3.	PT.TASPEN (persero) Banda Aceh memberikan pelayanan sesuai waktu operasi buka maupun tutup tepat waktu.					
4.	Karyawan PT.TASPEN (persero) Banda Aceh mampu memberikan pelayanan yang akurat sesuai dengan harapan peserta pensiun					
c. Responsiveness (daya tanggap)						
No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Karyawan PT.TASPEN (persero) Banda Aceh mampu menangani keluhan para peserta pensiun dengan baik dan tepat.					
2.	Karyawan PT.TASPEN (persero) Banda Aceh melayani nasabah secara Islami (mengucapkan salam dan ramah)					
3.	Karyawan PT.TASPEN (persero) Banda Aceh sigap dan jelas dalam memberikan informasi kepada peserta pensiun.					

d. Assurance (jaminan)						
No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Ketepatan pembayaran klaim dengan waktu yang sesuai pada PT.TASPEN (persero) Banda Aceh					
2.	Karyawan PT.TASPEN (persero) Banda Aceh memiliki keterampilan dan pengetahuan yang baik terhadap produk pelayanan yang disediakan.					
3.	PT.TASPEN (persero) Banda Aceh loyal dalam melayani peserta pensiun.					
4.	PT.TASPEN (persero) Banda Aceh amanah dalam menjaga keamanan data peserta pensiun.					
e. Empathy (empati)						
No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	PT.TASPEN (persero) Banda Aceh adaptif dan harmonis dalam memberikan pelayanan.					
2.	Karyawan PT.TASPEN (persero) Banda Aceh penuh perhatian dan sabar dalam memahami keinginan dan kebutuhan peserta pensiun.					
Kepuasan Peserta Pensiun						
No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Kemudahan tahap pelayanan pada PT.TASPEN (persero) Banda Aceh.					
2.	Pelayanan pada PT.TASPEN (persero) Banda Aceh sesuai dengan keinginan peserta pensiun.					
3.	Peserta pensiun mendapatkan pelayanan yang terbaik dari karyawan PT.TASPEN (persero) Banda Aceh					
4.	Pelayanan pada PT.TASPEN (persero) Banda Aceh tidak dipungut biaya.					
5.	Peserta pensiun merasa puas setelah menerima pelayanan dari karyawan PT.TASPEN (persero) Banda Aceh.					

Lampiran 2 Tabulasi Data Jawaban Pertanyaan 100 Responden

Tangible (bukti fisik)

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Total_X1
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	5	5	5	19
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	5	4	17
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
4	5	5	5	19
5	4	4	5	18
4	5	4	4	17
5	5	5	5	20
5	4	4	4	17
4	4	4	4	16
5	4	5	4	18
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	4	5	5	19
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
4	4	5	4	17
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	5	5	4	18
4	4	4	4	16
4	4	4	3	15
5	5	5	5	20
4	5	5	4	18
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16

4	4	4	4	16
4	5	5	3	17
5	5	5	5	20
3	4	4	4	15
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	5	5	5	19
5	4	5	4	18
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
4	4	4	5	17
4	5	4	5	18
4	4	4	4	16
5	4	5	4	18
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	4	4	4	17
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
3	5	4	5	17
4	4	4	4	16
4	5	5	4	18
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
4	4	4	5	17
5	5	4	5	19
5	5	5	5	20
5	5	4	5	19
4	4	4	4	16
5	5	5	4	19
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
4	5	4	4	17
5	4	5	4	18
4	4	4	4	16
4	5	4	4	17
5	5	5	4	19
5	5	5	5	20
5	4	5	4	18
5	5	5	5	20

5	4	5	5	19
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	5	5	5	19
4	4	4	4	16
5	4	5	5	19
4	4	4	4	16
5	4	4	4	17
4	5	5	5	19
5	5	5	5	20

Reliability (Keandalan)

X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Total_X2
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
4	4	5	4	17
5	5	5	5	20
4	4	5	4	17
3	4	3	3	13
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	4	4	5	18
4	4	4	4	16
3	4	4	3	14
5	5	5	5	20
3	4	3	3	13
5	5	5	5	20
5	4	4	4	17
5	4	5	4	18
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
4	5	4	4	17
4	4	4	4	16
5	4	5	5	19
3	4	3	4	14
4	5	4	4	17
5	5	5	5	20
5	5	4	5	19
4	5	4	4	17
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20

4	4	4	4	16
5	4	5	4	18
5	5	5	5	20
3	4	4	3	14
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	4	4	18
4	4	4	3	15
4	4	3	3	14
5	5	5	5	20
5	4	4	5	18
4	5	5	4	18
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	5	4	3	16
5	5	5	5	20
3	4	3	4	14
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	5	4	4	17
5	5	4	5	19
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
3	4	3	4	14
4	4	3	4	15
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	5	5	4	18
5	5	5	5	20
4	5	4	4	17
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
4	4	3	3	14
3	3	4	3	13
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20

4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
4	5	5	4	18
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	5	4	4	17
4	4	4	4	16
4	5	4	3	16
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
4	4	4	3	15
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
3	4	4	4	15
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
4	4	5	4	17
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	5	4	4	17
5	4	4	5	18
4	5	4	4	17
4	4	4	4	16
4	3	4	4	15
5	4	5	5	19
5	5	5	5	20

Responsiveness (Daya tanggap)

X3.1	X3.2	X3.3	Total_X3
5	5	5	15
4	3	3	10
4	4	4	12
5	5	5	15
4	4	4	12
4	3	4	11
5	5	5	15
5	4	5	14

4	4	4	12
4	4	4	12
3	3	3	9
5	5	5	15
3	3	3	9
5	5	5	15
4	4	4	12
4	4	4	12
3	4	4	11
5	5	5	15
5	5	5	15
4	4	4	12
5	5	5	15
4	4	4	12
4	5	5	14
5	5	5	15
4	4	4	12
5	5	5	15
4	4	4	12
5	5	5	15
4	4	4	12
5	4	4	13
5	5	5	15
4	4	4	12
5	5	5	15
5	5	5	15
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	4	12
5	5	5	15
5	4	4	13
4	4	5	13
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	4	12
5	5	5	15
3	4	4	11
5	5	5	15
5	5	5	15
4	4	4	12
5	4	5	14
4	4	4	12

4	4	4	12
5	5	5	15
4	4	4	12
5	5	5	15
5	5	5	15
4	4	4	12
4	3	5	12
4	4	4	12
4	4	4	12
3	3	4	10
5	5	5	15
4	5	5	14
4	5	5	14
5	5	5	15
4	4	4	12
3	4	4	11
4	5	5	14
4	5	5	14
5	5	5	15
5	5	5	15
4	5	4	13
4	4	4	12
5	5	5	15
4	4	4	12
5	5	5	15
5	5	5	15
5	4	4	13
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	4	12
5	5	5	15
4	4	4	12
5	4	4	13
4	4	4	12
3	4	4	11
5	5	5	15
5	5	5	15
4	4	5	13
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15

5	5	5	15
4	4	5	13
4	4	5	13
4	5	5	14
4	4	4	12
4	4	4	12
5	4	4	13
5	5	5	15

Assurance (Jaminan)

X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	Total_X4
5	5	5	5	20
3	4	5	4	16
4	4	5	4	17
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
3	4	4	4	15
5	5	5	5	20
5	4	4	5	18
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	3	4	4	15
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
4	4	5	5	18
3	3	5	4	15
4	4	4	5	17
3	4	4	4	15
5	5	5	5	20
4	4	5	5	18
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
3	3	3	4	13
5	5	5	4	19
5	5	5	5	20
4	5	5	4	18
5	5	4	5	19
4	4	3	4	15
5	5	5	5	20
3	4	3	4	14
4	5	4	4	17

5	5	5	5	20
3	4	4	4	15
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	5	4	4	17
4	4	4	4	16
4	4	3	4	15
5	5	5	5	20
4	5	4	4	17
4	5	5	4	18
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	5	5	4	18
4	4	4	5	17
4	4	5	4	17
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
5	4	5	5	19
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
5	5	4	4	18
5	4	5	4	18
4	4	4	4	16
5	4	4	5	18
4	5	5	5	19
5	5	5	5	20
3	4	4	5	16
4	5	5	4	18
4	4	4	4	16
3	4	4	4	15
3	5	4	4	16
4	5	4	4	17
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	4	4	18
3	4	4	4	15

5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
4	4	5	5	18
5	5	5	5	20
4	4	5	5	18
4	4	4	4	16
4	5	4	5	18
3	4	3	4	14
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
4	5	4	5	18
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	5	5	5	19
5	5	5	5	20
4	5	4	5	18
4	5	5	5	19
4	5	4	5	18
4	5	5	5	19
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	4	19
4	5	5	4	18
5	4	5	5	19
4	4	4	4	16
3	4	4	5	16
5	5	5	4	19
5	5	5	5	20

Empathy (Empati)

X5.1	X5.2	Total_X5
5	5	10
4	4	8
4	5	9
5	5	10
4	4	8
4	4	8
5	5	10
5	4	9
4	4	8
4	4	8

4	4	8
5	5	10
5	5	10
4	4	8
3	4	7
4	4	8
4	4	8
5	5	10
4	4	8
4	4	8
5	5	10
4	4	8
5	5	10
5	5	10
5	5	10
5	5	10
4	4	8
5	5	10
3	4	7
5	5	10
5	5	10
4	4	8
5	5	10
5	5	10
4	4	8
4	4	8
4	4	8
5	5	10
5	5	10
5	4	9
4	4	8
4	4	8
4	5	9
5	5	10
4	4	8
5	5	10
5	5	10
4	5	9
5	5	10
5	5	10
4	4	8
5	5	10

4	4	8
5	5	10
5	5	10
4	4	8
5	4	9
4	4	8
4	4	8
3	4	7
5	5	10
5	5	10
4	4	8
5	5	10
4	4	8
3	4	7
4	4	8
5	5	10
5	5	10
5	5	10
5	5	10
4	4	8
5	5	10
4	4	8
4	4	8
5	5	10
4	4	8
4	4	8
5	5	10
4	4	8
5	5	10
4	4	8
5	5	10
5	5	10
5	5	10
5	5	10
4	5	9
5	5	10
5	5	10
5	5	10

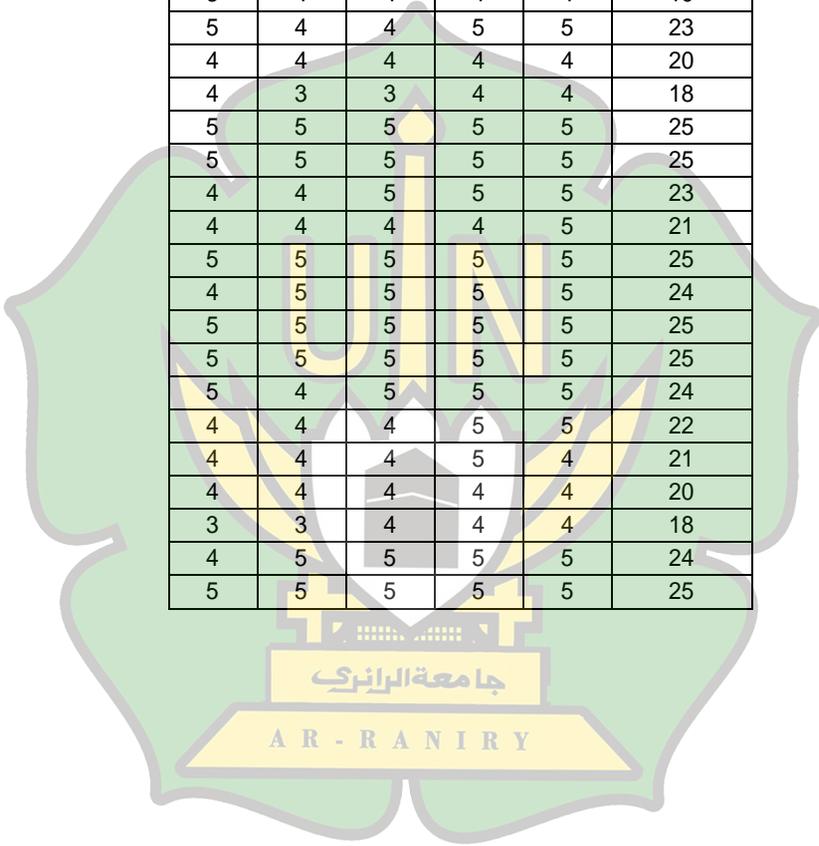
4	4	8
5	5	10
4	4	8
4	4	8
5	5	10
5	5	10

Kepuasan Peserta Pensiun

Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Total_Y
5	5	5	5	5	25
5	4	4	5	4	22
5	5	4	5	4	23
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
3	4	3	4	4	18
5	5	5	5	5	25
5	4	5	4	4	22
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	3	19
5	5	5	5	5	25
5	5	4	3	4	21
4	3	4	4	4	19
5	5	5	4	3	22
4	4	4	4	4	20
5	4	5	4	4	22
5	5	5	5	5	25
4	5	5	4	4	23
4	4	4	4	4	20
5	4	4	5	5	23
4	3	4	4	3	18
5	4	5	5	5	24
5	5	5	5	5	25
4	4	4	5	5	22
5	4	4	5	5	23
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
5	4	5	5	5	24
5	5	5	5	5	25
4	3	4	4	4	19

5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	4	5	5	5	24
4	4	4	4	4	20
5	4	4	5	4	22
5	5	5	5	5	25
5	4	4	5	5	23
5	4	4	5	5	23
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	3	4	4	4	19
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	4	5	5	24
4	4	4	5	4	21
4	5	4	5	5	23
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
4	3	3	4	5	19
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	3	5	5	4	21
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	4	24
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
3	3	3	4	5	18
4	4	4	4	5	21
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	5	5	5	5	24
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20

4	5	4	4	4	21
5	5	5	5	5	25
4	4	4	5	4	21
4	4	4	4	4	20
4	3	4	4	5	20
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
3	4	4	4	4	19
5	4	4	5	5	23
4	4	4	4	4	20
4	3	3	4	4	18
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	4	5	5	5	23
4	4	4	4	5	21
5	5	5	5	5	25
4	5	5	5	5	24
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	4	5	5	5	24
4	4	4	5	5	22
4	4	4	5	4	21
4	4	4	4	4	20
3	3	4	4	4	18
4	5	5	5	5	24
5	5	5	5	5	25



Lampiran 3 Karakteristik Responden Jenis Kelamin

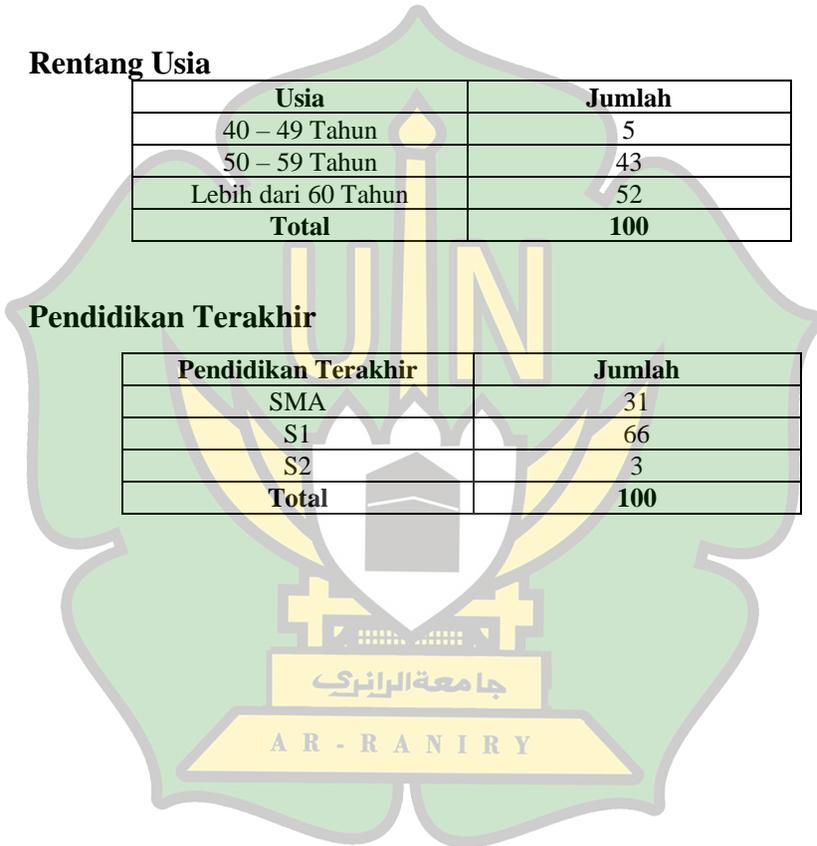
Jenis Kelamin	Jumlah
Perempuan	52
Laki-Laki	48
Total	100

Rentang Usia

Usia	Jumlah
40 – 49 Tahun	5
50 – 59 Tahun	43
Lebih dari 60 Tahun	52
Total	100

Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir	Jumlah
SMA	31
S1	66
S2	3
Total	100



**Lampiran 4 Hasil Jawaban Rata-Rata Responden
Tangible (bukti fisik)**

X1.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	2	2,0	2,0	2,0
	S	44	44,0	44,0	46,0
	SS	54	54,0	54,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X1.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	43	43,0	43,0	43,0
	SS	57	57,0	57,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X1.3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	40	40,0	40,0	40,0
	SS	60	60,0	60,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X1.4					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	2	2,0	2,0	2,0
	S	45	45,0	45,0	47,0
	SS	53	53,0	53,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Reliability (Keandalan)

X2.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	9	9,0	9,0	9,0
	S	46	46,0	46,0	55,0
	SS	45	45,0	45,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X2.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	2	2,0	2,0	2,0
	S	48	48,0	48,0	50,0
	SS	50	50,0	50,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X2.3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	8	8,0	8,0	8,0
	S	48	48,0	48,0	56,0
	SS	44	44,0	44,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X2.4					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	11	11,0	11,0	11,0
	S	48	48,0	48,0	59,0
	SS	41	41,0	41,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Responsiveness (Daya tanggap)

X3.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	7	7,0	7,0	7,0
	S	49	49,0	49,0	56,0
	SS	44	44,0	44,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X3.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	6	6,0	6,0	6,0
	S	50	50,0	50,0	56,0
	SS	44	44,0	44,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X3.3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	3	3,0	3,0	3,0
	S	47	47,0	47,0	50,0
	SS	50	50,0	50,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Assurance (Jaminan)

X4.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	13	13,0	13,0	13,0
	S	49	49,0	49,0	62,0
	SS	38	38,0	38,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X4.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	3	3,0	3,0	3,0
	S	46	46,0	46,0	49,0
	SS	51	51,0	51,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X4.3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	5	5,0	5,0	5,0
	S	45	45,0	45,0	50,0
	SS	50	50,0	50,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X4.4					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	52	52,0	52,0	52,0
	SS	48	48,0	48,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Empathy (Empati)

X5.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	4	4,0	4,0	4,0
	S	44	44,0	44,0	48,0
	SS	52	52,0	52,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X5.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	47	47,0	47,0	47,0
	SS	53	53,0	53,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Kepuasan Peserta Pensiun

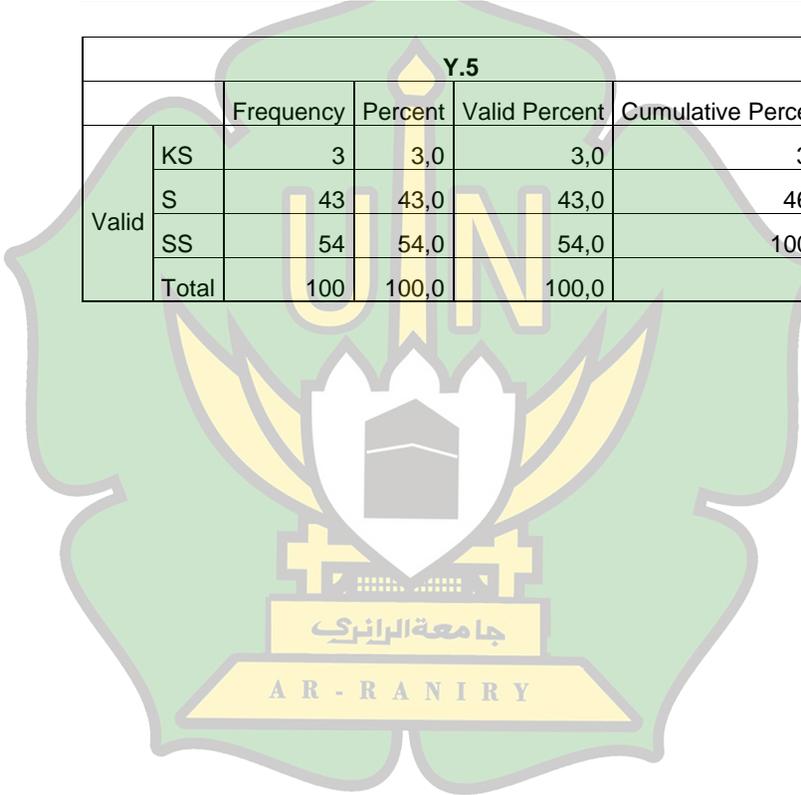
Y.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	4	4,0	4,0	4,0
	S	46	46,0	46,0	50,0
	SS	50	50,0	50,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Y.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	10	10,0	10,0	10,0
	S	47	47,0	47,0	57,0
	SS	43	43,0	43,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Y.3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	4	4,0	4,0	4,0
	S	50	50,0	50,0	54,0
	SS	46	46,0	46,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Y.4					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	1	1,0	1,0	1,0
	S	41	41,0	41,0	42,0
	SS	58	58,0	58,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Y.5					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	3	3,0	3,0	3,0
	S	43	43,0	43,0	46,0
	SS	54	54,0	54,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	



Rerata hasil kuesioner jawaban responden

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1.1	100	3	5	4,52	,541
X1.2	100	4	5	4,57	,498
X1.3	100	4	5	4,60	,492
X1.4	100	3	5	4,51	,541
X2.1	100	3	5	4,36	,644
X2.2	100	3	5	4,48	,541
X2.3	100	3	5	4,36	,628
X2.4	100	3	5	4,30	,659
X3.1	100	3	5	4,37	,614
X3.2	100	3	5	4,38	,599
X3.3	100	3	5	4,47	,559
X4.1	100	3	5	4,25	,672
X4.2	100	3	5	4,48	,559
X4.3	100	3	5	4,45	,592
X4.4	100	4	5	4,48	,502
X5.1	100	3	5	4,48	,577
X5.2	100	4	5	4,53	,502
Y.1	100	3	5	4,46	,576
Y.2	100	3	5	4,33	,652
Y.3	100	3	5	4,42	,572
Y.4	100	3	5	4,57	,517
Y.5	100	3	5	4,51	,559
Valid N (listwise)	100				

جامعة الرانيري

A R - R A N I R Y

**Lampiran 5 Hasil Uji Validitas
Tangible (bukti fisik)**

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	13,68	1,735	,633	,823
X1.2	13,63	1,791	,669	,807
X1.3	13,60	1,737	,732	,781
X1.4	13,69	1,671	,690	,797

Reliability (Keandalan)

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	13,14	2,526	,849	,834
X2.2	13,02	3,151	,642	,908
X2.3	13,14	2,687	,775	,863
X2.4	13,20	2,525	,820	,846

Responsiveness (Daya tanggap)

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	8,85	1,220	,738	,899
X3.2	8,84	1,166	,828	,818
X3.3	8,75	1,260	,817	,832

Assurance (Jaminan)

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X4.1	13,41	1,840	,695	,753
X4.2	13,18	2,189	,639	,777
X4.3	13,21	2,087	,656	,769
X4.4	13,18	2,371	,606	,794

Empathy (Empati)

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X5.1	4,53	,252	,822	.
X5.2	4,48	,333	,822	.

Kepuasan Peserta Pensiun

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y.1	17,83	3,698	,746	,853
Y.2	17,96	3,514	,713	,863
Y.3	17,87	3,670	,770	,847
Y.4	17,72	3,860	,765	,851
Y.5	17,78	3,971	,627	,880

Lampiran 6 Uji Reliabilitas Tangible (bukti fisik)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,844	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	13,68	1,735	,633	,823
X1.2	13,63	1,791	,669	,807
X1.3	13,60	1,737	,732	,781
X1.4	13,69	1,671	,690	,797

Reliability (Keandalan)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,895	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	13,14	2,526	,849	,834
X2.2	13,02	3,151	,642	,908
X2.3	13,14	2,687	,775	,863
X2.4	13,20	2,525	,820	,846

Responsiveness (Daya tanggap)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,895	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	8,85	1,220	,738	,899
X3.2	8,84	1,166	,828	,818
X3.3	8,75	1,260	,817	,832

Assurance (Jaminan)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,821	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X4.1	13,41	1,840	,695	,753
X4.2	13,18	2,189	,639	,777
X4.3	13,21	2,087	,656	,769
X4.4	13,18	2,371	,606	,794

Empathy (Empati)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,898	2

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X5.1	4,53	,252	,822	.
X5.2	4,48	,333	,822	.

Kepuasan Peserta Pensiun

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,884	5

Item-Total Statistics

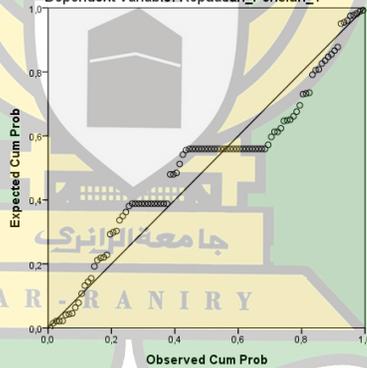
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y.1	17,83	3,698	,746	,853
Y.2	17,96	3,514	,713	,863
Y.3	17,87	3,670	,770	,847
Y.4	17,72	3,860	,765	,851
Y.5	17,78	3,971	,627	,880

Lampiran 7 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test							
		Tangible_X1	Reliability_X2	Responsiveness_X3	Assurance_X4	Empathy_X5	Kepuasan_Pensiun_Y
N		100	100	100	100	100	100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	18,20	17,50	13,22	17,66	9,01	22,29
	Std. Deviation	1,712	2,163	1,612	1,887	1,030	2,384
Most Extreme Differences	Absolute	,234	,216	,235	,181	,322	,192
	Positive	,171	,166	,225	,181	,277	,182
	Negative	-,234	-,216	-,235	-,163	-,322	-,192
Kolmogorov-Smirnov Z		2,335	2,162	2,353	1,805	3,218	1,922
Asymp. Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,003	,000	,001
a. Test distribution is Normal.							
b. Calculated from data.							

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1,18310618
Most Extreme Differences	Absolute	,129
	Positive	,129
	Negative	-,128
Kolmogorov-Smirnov Z		1,291
Asymp. Sig. (2-tailed)		,071
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual
Dependent Variable: Kepuasan_Pensiun_Y



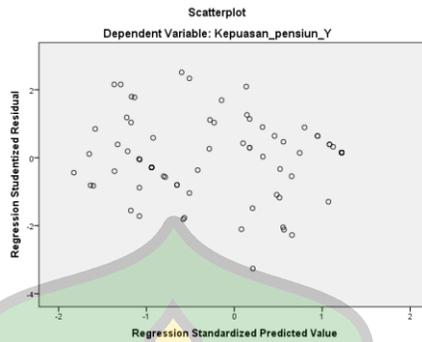
Lampiran 8 Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	2,444	1,321		1,850	,068		
Tangible_X1	,008	,151	,005	,050	,960	,223	4,492
Reliability_X2	,296	,109	,269	2,709	,008	,267	3,751
Responsiveness_X3	,201	,141	,136	1,424	,158	,287	3,485
Assurance_X4	,282	,158	,223	1,781	,078	,167	5,999
Empathy_X5	,764	,202	,330	3,772	,000	,342	2,920

a. Dependent Variable: Kepuasan_pensiun_Y

Lampiran 9 Uji Heteroskedastiditas



Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,868 ^a	,754	,741	,24286	2,015

a. Predictors: (Constant), RERATA_X5, RERATA_X2, RERATA_X3, RERATA_X1, RERATA_X4

b. Dependent Variable: RERATA_Y

Lampiran 10 Uji Regresi Linear Berganda dan Uji T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	2,444	1,321		1,850	,068		
1 Tangible_X1	,008	,151	,005	,050	,960	,223	4,492
1 Reliability_X2	,296	,109	,269	2,709	,008	,267	3,751
1 Responsiveness_X3	,201	,141	,136	1,424	,158	,287	3,485
1 Assurance_X4	,282	,158	,223	1,781	,078	,167	5,999
1 Empathy_X5	,764	,202	,330	3,772	,000	,342	2,920

a. Dependent Variable: Kepuasan_pensiun_Y

Lampiran 11 Uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	424,016	5	84,803	57,525	,000 ^b
	Residual	138,574	94	1,474		
	Total	562,590	99			

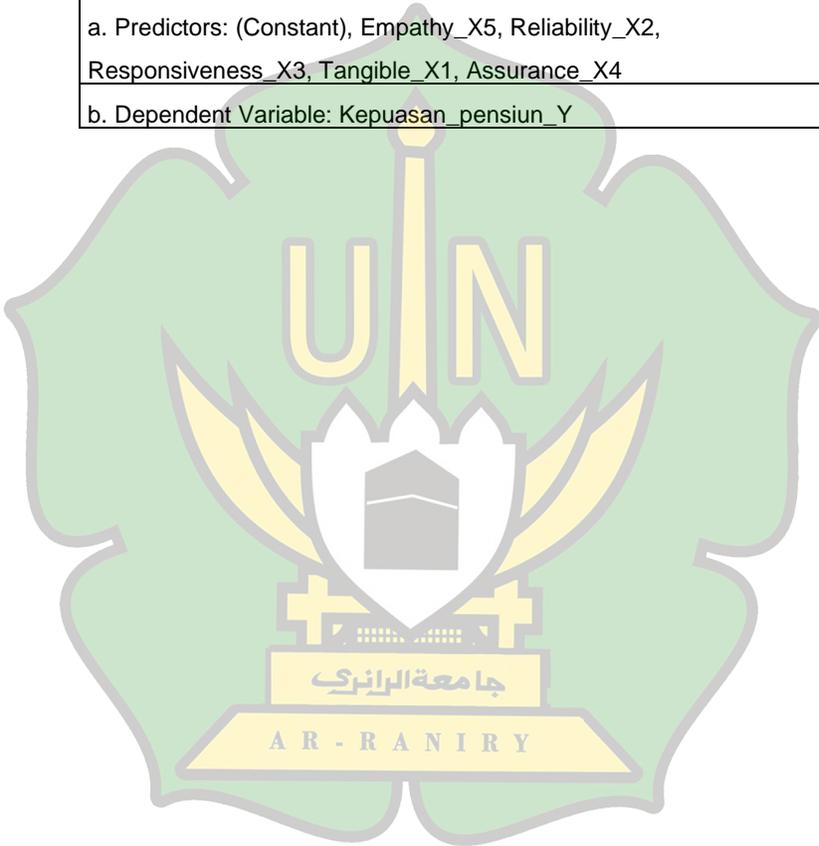
a. Dependent Variable: Kepuasan_pensiun_Y

b. Predictors: (Constant), Empathy_X5, Reliability_X2, Responsiveness_X3, Tangible_X1, Assurance_X4



Lampiran 12 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,868 ^a	,754	,741	1,214
a. Predictors: (Constant), Empathy_X5, Reliability_X2, Responsiveness_X3, Tangible_X1, Assurance_X4				
b. Dependent Variable: Kepuasan_pensiun_Y				



Lampiran 13 R-Tabel

df = (N-2)	Tingkat signifikansi uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
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

A R - R A N I R Y

Lampiran 14 T- Tabel

Titik Persentase Distribusi t (df = 81 –120)

df \ Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	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	1.66088	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

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

Lampiran 15 Tabel *Durbin-Watson*

Tabel 1. Nilai Durbin-Watson batas bawah (d_L) dan batas atas (d_U) pada tingkat signifikan (α) = 1%, banyaknya variabel prediktor (k) sebesar 1 sampai 5, dan banyaknya data pengamatan (n) sebesar 15 sampai 200.

n	$k = 1$		$k = 2$		$k = 3$		$k = 4$		$k = 5$	
	d_L	d_U								
15	0.81	1.07	0.70	1.25	0.59	1.46	0.49	1.70	0.39	1.96
16	0.84	1.09	0.74	1.25	0.63	1.44	0.53	1.66	0.44	1.90
17	0.87	1.10	0.77	1.25	0.67	1.43	0.57	1.63	0.48	1.85
18	0.90	1.12	0.80	1.26	0.71	1.42	0.61	1.60	0.52	1.80
19	0.93	1.13	0.83	1.26	0.74	1.41	0.65	1.58	0.56	1.77
20	0.95	1.15	0.86	1.27	0.77	1.41	0.68	1.57	0.60	1.74
21	0.97	1.16	0.89	1.27	0.80	1.41	0.72	1.55	0.63	1.71
22	1.00	1.17	0.91	1.28	0.83	1.40	0.75	1.54	0.66	1.69
23	1.02	1.19	0.94	1.29	0.86	1.40	0.77	1.53	0.70	1.67
24	1.04	1.20	0.96	1.30	0.88	1.41	0.80	1.53	0.72	1.66
25	1.05	1.21	0.98	1.30	0.90	1.41	0.83	1.52	0.75	1.65
26	1.07	1.22	1.00	1.31	0.93	1.41	0.85	1.52	0.78	1.64
27	1.09	1.23	1.02	1.32	0.95	1.41	0.88	1.51	0.81	1.63
28	1.10	1.24	1.04	1.32	0.97	1.41	0.90	1.51	0.83	1.62
29	1.12	1.25	1.05	1.33	0.99	1.42	0.92	1.51	0.85	1.61
30	1.13	1.26	1.07	1.34	1.01	1.42	0.94	1.51	0.88	1.61
31	1.15	1.27	1.08	1.34	1.02	1.42	0.96	1.51	0.90	1.60
32	1.16	1.28	1.10	1.35	1.04	1.43	0.98	1.51	0.92	1.60
33	1.17	1.29	1.11	1.36	1.05	1.43	1.00	1.51	0.94	1.59
34	1.18	1.30	1.13	1.36	1.07	1.43	1.01	1.51	0.95	1.59
35	1.19	1.31	1.14	1.37	1.08	1.44	1.03	1.51	0.97	1.59
36	1.21	1.32	1.15	1.38	1.10	1.44	1.04	1.51	0.99	1.59
37	1.22	1.32	1.16	1.38	1.11	1.45	1.06	1.51	1.00	1.59
38	1.23	1.33	1.18	1.39	1.12	1.45	1.07	1.52	1.02	1.58
39	1.24	1.34	1.19	1.39	1.14	1.45	1.09	1.52	1.03	1.58
40	1.25	1.34	1.20	1.40	1.15	1.46	1.10	1.52	1.05	1.58
45	1.29	1.38	1.24	1.42	1.20	1.48	1.16	1.53	1.11	1.58
50	1.32	1.40	1.28	1.45	1.24	1.49	1.20	1.54	1.16	1.59
55	1.36	1.43	1.32	1.47	1.28	1.51	1.25	1.55	1.21	1.59
60	1.38	1.45	1.35	1.48	1.32	1.52	1.28	1.56	1.25	1.60
65	1.41	1.47	1.38	1.50	1.35	1.53	1.31	1.57	1.28	1.61
70	1.43	1.49	1.40	1.52	1.37	1.55	1.34	1.58	1.31	1.61
75	1.45	1.50	1.42	1.53	1.39	1.56	1.37	1.59	1.34	1.62
80	1.47	1.52	1.44	1.54	1.42	1.57	1.39	1.60	1.36	1.62
85	1.48	1.53	1.46	1.55	1.43	1.58	1.41	1.60	1.39	1.63
90	1.50	1.54	1.47	1.56	1.45	1.59	1.43	1.61	1.41	1.64
95	1.51	1.55	1.49	1.57	1.47	1.60	1.45	1.62	1.42	1.64
100	1.52	1.56	1.50	1.58	1.48	1.60	1.46	1.63	1.44	1.65
150	1.61	1.64	1.60	1.65	1.58	1.67	1.57	1.68	1.56	1.69
200	1.66	1.68	1.65	1.69	1.64	1.70	1.63	1.72	1.62	1.72

Source: DW51 for $n \leq 100$ and SW77 for $n = 150, 200$ (see text).

جامعة الرانري

1

AR - RANIRY

Lampiran 16 Dokumentasi



Keterangan Gambar: karyawan PT.TASPEN (persero) Banda Aceh sedang melayani peserta pensiun



Keterangan Gambar: peserta pensiun sedang menunggu pemanggilan nomor antrian



Keterangan Gambar: peserta pensiun sedang mengisi kuesioner yang dibagikan oleh peneliti



Keterangan Gambar: peserta pensiun sedang mengisi kuesioner yang dibagikan oleh peneliti



Keterangan Gambar: peserta pensiun sedang mengisi kuesioner yang dibagikan oleh peneliti



Keterangan Gambar: peserta pensiun sedang mengisi kuesioner yang dibagikan oleh peneliti