

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN PRIMA
TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK ACEH
SYARIAH (KANTOR PUSAT OPERASIONAL)**



Disusun Oleh:

**YURSIDA YANTI
NIM. 160603095**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2023 M / 1444 H**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yursida Yanti
NIM : 160603095
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini, saya:

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

Bila 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 dikenakan sanksi berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 17 Juli 2023

Yang Menyatakan,



Yursida Yanti

PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Pengaruh Kualitas Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Aceh Syariah (Kantor Pusat Operasional)

Disusun Oleh:

Yursida Yanti
NIM: 160603095

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

Pembimbing I,



Ismail Rasyid Ridla Tarigan, M.A.
NIP: 198310282015031001

Pembimbing II,



Yulindawati, SE., M.M.

NIP: 197907132014112002

جامعة الرانيري

A R Mengetahui Y

Ketua Program Studi Perbankan Syariah



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

PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Yursida Yanti
NIM: 160603095

Dengan Judul:

Pengaruh Kualitas Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Aceh Syariah (Kantor Pusat Operasional)

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

Pada Hari/Tanggal : Selasa, 18 Juli 2023M
30 Dzulhijjah 1444H

Banda Aceh
Tim Penilai Sidang Hasil Skripsi

Ketua,

Sekretaris,


Ismail Rasyid Ridla Tarigan, M.A.
NIP: 198310282015031 001


Yulindawati, SE., M.M.
NIP: 197907132014112002

Penguji I,

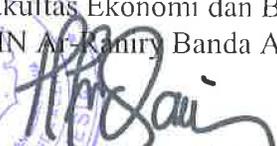
Penguji II,


Dr. Fithriady, Lc., M.A.
NIP: 198008122006041004


Muksal, S.E.I., M.E.I.
NIP: 199009022020121008

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




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



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

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

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

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

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yursida Yanti
NIM : 160603095
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
E-mail : yursidayanti@gmail.com

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

Tugas Akhir KKKU Skripsi

yang berjudul:

Pengaruh Kualitas Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Aceh

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

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

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

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di Banda Aceh

Pada Tanggal: 17 Juli 2023

Mengetahui:

Penulis

Yursida Yanti
NIM. 160603095

Pembimbing I

Ismail Rasyid Ridla Tarigan, M.A.
NIP: 198310282015031001

Pembimbing II

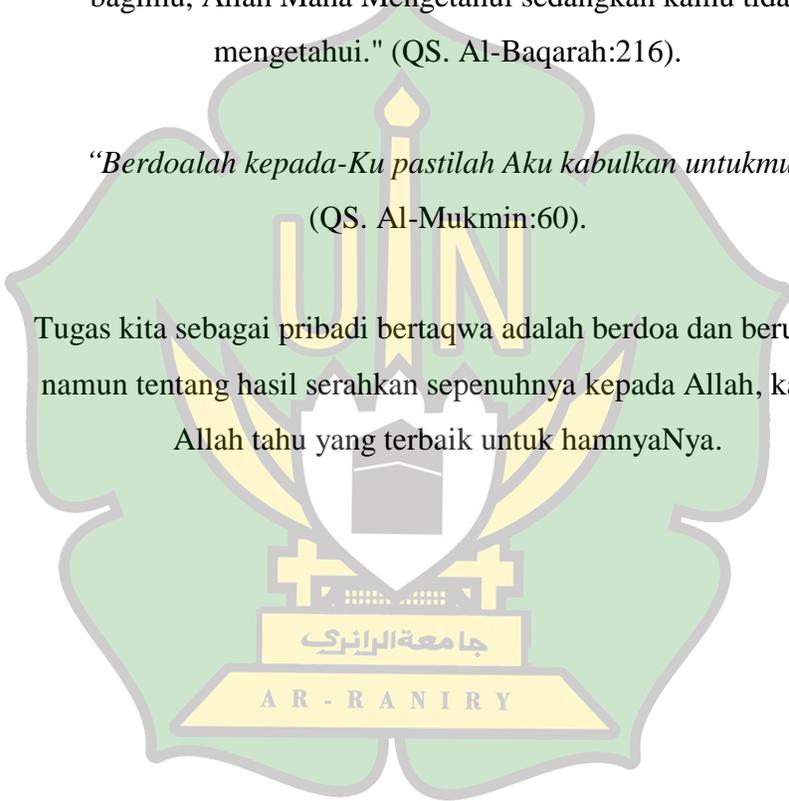
Yulindawati, SE., M.M.
NIP: 7907132014112002

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

"Boleh jadi kamu membenci sesuatu namun ia amat baik bagimu dan boleh jadi engkau mencintai sesuatu namun ia amat buruk bagimu, Allah Maha Mengetahui sedangkan kamu tidak mengetahui." (QS. Al-Baqarah:216).

"Berdoalah kepada-Ku pastilah Aku kabulkan untukmu"
(QS. Al-Mukmin:60).

Tugas kita sebagai pribadi bertaqwa adalah berdoa dan berusaha, namun tentang hasil serahkan sepenuhnya kepada Allah, karena Allah tahu yang terbaik untuk hamnyaNya.



KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah Rabbil'alamin, Puji syukur senantiasa kita panjatkan kehadiran Allah SWT, atas segala limpahan rahmat, nikmat, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan benar serta tepat waktu. Shalawat beserta salam tidak lupa pula penulis persembahkan kepada Rasulullah SAW.

Skripsi ini diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh untuk mendapatkan gelar sarjana ekonomi. Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis banyak menerima masukan, bimbingan, dan saran dari banyak pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

Penghargaan dan terima kasih setulus-tulusnya kepada Ibunda tersayang Sinarsih dan Ayahanda tercinta Mahyidin, yang selalu mendokan, mencurahkan segenap cinta dan kasih sayang, perhatian moril maupun materil kepada penulis sampai saat ini. Semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat, nikmat, karunia, kesehatan dan keberkahan di dunia maupun di akhirat atas budi baik yang telah diberikan kepada penulis. Serta penulis juga mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Dr. Hafas Furqani, M.Ec selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-raniry Banda Aceh.
2. Dr. Nevi Hasnita, S.Ag.,M.Ag selaku Ketua prodi Perbankan Syariah dan Inayatillah, MA.,Ak selaku sekretaris prodi Perbankan Syariah.
3. Hafizh Maulana, S.P.,S.H.I.,M.E. selaku ketua Lab. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Ismail Rasyid Ridla Tarigan, M.A. selaku pembimbing I.
5. Yulindawati, SE.,M.M. selaku pembimbing II.
6. Dr. Fithriady, Lc.,M.A. selaku penguji I.
7. Muksal, S.E.I.,M.E.I. selaku penguji II.
8. T. Syifa Fadrizha Nanda, SE.,M.Acc.,Ak. selaku penasehat akademik.
9. Kedua orang tua saya tercinta, Ayahanda Mahyudin dan Ibunda saya Sinarsih, yang sudah membesarkan, mendidik dan mengorbankan waktu, tenaga dan tidak lupa memberikan nasehat, dukungan berserta doa dalam menuntut ilmu hingga saat ini.
10. Suami tercinta Hasbi, S.P. yang sudah mendukung, mendo'akan dan memberikan banyak motivasi untuk saya. Dan teruntuk anak saya tercinta dan tersayang Khalisa Almahyra yang senantiasa menemani saya untuk menyelesaikan perkuliahan hingga sampai sekarang ini.

11. Mertua tercinta Ayahanda Hasan Basri dan Ibunda Hasanah, S.Pd yang sudah banyak memberikan nasehat, doa dan motivasi untuk saya.
12. Teruntuk adik-adik saya tersayang yang juga sangat saya banggakan Farhan, Kaysan, Nada, Isra, Akyuni dan Sidik yang sudah mendukung kakak sampai dengan sekarang ini.
13. Teman-teman Perbankan Syariah Angkatan 2016 yang sangat saya banggakan.

Hanya kepada Allah SWT kita berserah diri, dan hanya kepada-Nya senantiasa kita selalu bersyukur, semoga apa yang kita amalkan mendapatkan Ridla-Nya. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak manapun terkhusus kepada penulis.

Banda Aceh, 17 Juli 2023
Penulis,

Yursida Yanti

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	Sy	28	ء	’
14	ص	Ṣ	29	ي	Y
15	ض	Ḍ			

2. Vokal

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

a. Vokal Tunggal

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

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

b. Vokal Rangkap

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

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
◌ِ يَ	<i>Fatḥah dan ya</i>	Ai
◌ِ وَ	<i>Fatḥah dan wau</i>	Au

Contoh:

كيف : *kaifa*

هول : *hauila*

3. *Maddah*

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

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

Contoh:

قَالَ : *qāla*

رَمَى : *ramā*

قِيلَ : *qīla*

يَقُولُ : *yaqūlu*

4. *Ta Marbutah* (ة)

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua.

a. *Ta marbutah* (ة) hidup

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

b. *Ta marbutah* (ة) mati

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

c. Kalau pada suatu kata yang akhir katanya *ta marbutah* (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta

bacaan kedua kata itu terpisah maka ta *marbutah* (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

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

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

طَلْحَةُ : *Ṭalḥah*

Catatan:

Modifikasi

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

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL KEASLIAN	i
HALAMAN JUDUL KEASLIAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	v
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
HALAMAN TRANSLITERASI	xi
DAFTAR ISI	xv
ABSTRAK.....	xix
DAFTAR TABEL	xx
DAFTAR GAMBAR	xxi
DAFTAR SINGKATAN	xxii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.4.1 Manfaat Akademis (Teoritis)	11
1.4.2 Manfaat Praktis (Operasional).....	11
1.5 Sistematika Pembahasan	11
BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
2.1 Bank Syariah	13
2.1.1 Pengertian Bank Syariah	13
2.2 Pelayanan Prima	14
2.2.1 Pengertian Pelayanan Prima.....	14
2.2.2 Faktor Yang Mempengaruhi Pelayanan Prima	14
2.2.3 Pelayanan Prima Dalam Islam	17
2.2.4 Bentuk Kualitas Pelayanan Prima	18
2.2.5 Indikator Kualitas Pelayanan Prima	20

2.2.6 Tujuan dan Manfaat Pelayanan Prima	21
2.3 Kepuasan Nasabah	22
2.3.1 Pengertian Kepuasan Nasabah	22
2.3.2 Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah.....	23
2.3.3 Kepuasan Nasabah Dalam Islam.....	24
2.3.4 Bentuk Kepuasan Nasabah.....	28
2.3.5 Indikator Kepuasan Nasabah.....	30
2.4 Penelitian Terdahulu.....	33
2.5 Kerangka Pemikiran	40
2.6 Hipotesis Penelitian	40

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian.....	42
3.2 Populasi dan Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.2.1 Populasi Penelitian	42
3.2.2 Sampel Penelitian	43
3.3 Teknik Pengumpulan Data	44
3.3.1 Kuesioner	44
3.3.2 Studi Dokumentasi	46
3.3.3 Observasi	46
3.4 Definisi dan Operasionalisasi Variabel	47
3.5 Pengujian Instrumen Penelitian.....	49
3.5.2 Uji Validitas	49
3.5.3 Uji Reliabilitas.....	50
3.6 Uji Asumsi Klasik	50
3.6.1 Uji Normalitas	51
3.6.2 Uji Multikolinieritas	51
3.6.3 Uji Heterokedastisitas	52
3.7 Metode Analisis Data	52
3.7.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	52
3.8 Uji Determinan (R^2)	53
3.9 Pengujian Hipotesis	53
3.9.1 Pengujian Parsial (t)	53
3.9.2 Pengujian Simultan (F).....	54

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Bank Aceh	55
4.1.1 Sejarah Bank Aceh Syariah	55

4.1.2 Visi dan Misi Bank Aceh	58
4.1.3 Produk Bank Aceh	58
4.2 Karakteristik Responden	60
4.3 Deskriptif Variabel Penelitian	64
4.3.1 Deskriptif Variabel <i>Tangible</i>	64
4.3.2 Deskriptif Variabel <i>Reliability</i>	66
4.3.3 Deskriptif Variabel <i>Responsive</i>	67
4.3.4 Deskriptif Variabel <i>Asurance</i>	68
4.3.5 Deskriptif Variabel <i>Emphaty</i>	69
4.3.6 Deskriptif Variabel Kepuasan Nasabah	70
4.4 Uji Instrumen Penelitian	71
4.4.1 Uji Validitas	71
4.4.2 Uji Reliabilitas	72
4.5 Uji Asumsi Klasik	73
4.5.1 Uji Normalitas	73
4.5.2 Uji Multikolinieritas	75
4.5.3 Uji Heterokedastisitas	76
4.6 Analisis Regresi Linier Berganda	77
4.7 Pengujian Hipotesis Penelitian	79
4.7.1 Uji Parsial (t)	79
4.7.2 Uji Simultan (F)	82
4.8 Koefisien Determinan (R^2)	83
4.9 Pembahasan	83
4.9.1 Pengujian Secara Parsial	84
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	87
5.2 Saran	88

ABSTRAK

Nama Mahasiswa : Yursida Yanti
NIM : 160603095
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/
Perbankan Syariah
Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan Prima
Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Aceh
Syariah (Kantor Pusat Operasional)
Tebal Skripsi : 97 Halaman
Tanggal Sidang : 18 Juli 2023
Pembimbing I : Ismail Rasyid Ridla Tarigan, M.A.
Pembimbing II : Yulindawati, SE.,M.M.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Aceh. Metode analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda dengan memakai 100 sampel. Hasil penelitian menunjukkan secara parsial *Tangible* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah, *Reliability* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, *Responsibility* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah, *Assurance* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah dan *Emphaty* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah. Secara simultan *Tangible*, *Reliability*, *Responsibility*, *Assurance* dan *Emphaty* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Kata kunci: Bank Aceh *Tangible*, *Reliability*, *Responsibility*, *Assurance*, *Emphaty*, Kepuasan

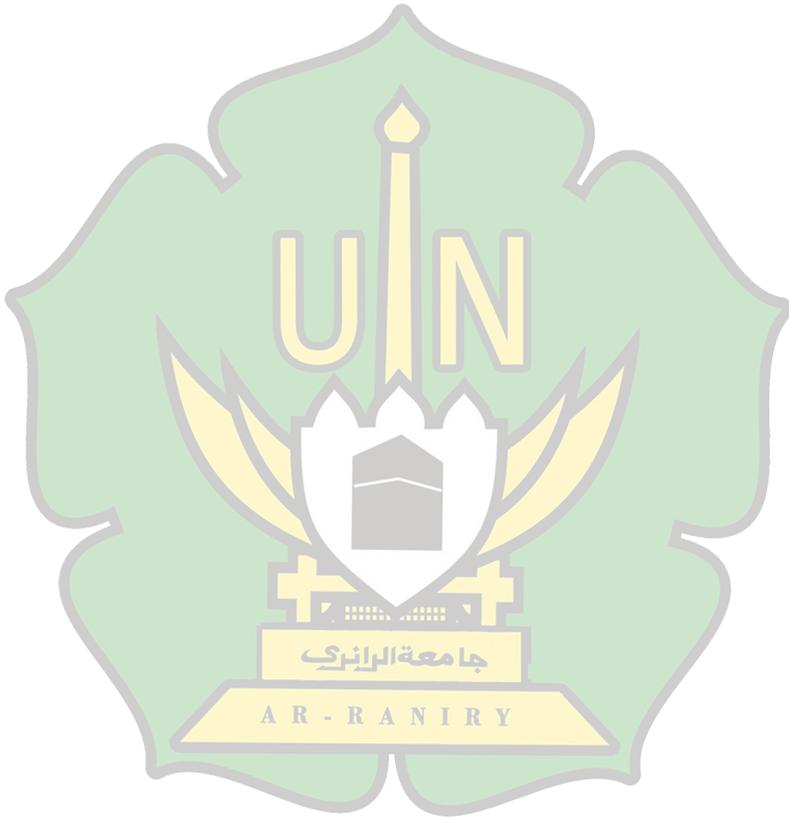
DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	36
Tabel 3.1 Skala Likert	45
Tabel 3.2 Operasional Variabel.....	47
Tabel 4.1 Produk Yang Terdapat Pada Bank Aceh	58
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasar Kelamin	60
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasar Umur	61
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasar Pendidikan	62
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasar Pekerjaan	63
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasar Nasabah	63
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Responden <i>Tangible</i>	64
Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Responden <i>Reliability</i>	65
Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi Responden <i>Responsive</i>	66
Tabel 4.10 Distribusi Frekuensi Responden <i>Assurance</i>	67
Tabel 4.11 Distribusi Frekuensi Responden <i>Empathy</i>	68
Tabel 4.12 Distribusi Responden Kepuasan Nasabah	69
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas	70
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas	71
Tabel 4.15 One Sample Kolmogorov Smirnov	72
Tabel 4.16 Uji Multikolinieritas	75
Tabel 4.17 Analisis Regresi Linier Berganda.....	77
Tabel 4.18 Hasil Pengujian Parsial.....	79
Tabel 4.19 Hasil Pengujian Simultan	82
Tabel 4.18 Hasil Koefisien Determinan (R^2).....	83

A R - R A N I R Y

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	40
Gambar 4.1 Histogram Normalitas.....	73
Gambar 4.2 Normal <i>Probability Plot</i>	74
Gambar 4.3 Scatterplot	76



DAFTAR SINGKATAN

BI	: Bank Indonesia
BAS	: Bank Aceh Syariah
BUS	: Bank Umum Syariah
OJK	: Otoritas Jasa Keuangan
PBI	: Peraturan Bank Indonesia
SPSS	: <i>Statistical Package for the Social Sciences</i>
UU	: Undang-Undang



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Data Kuesioner Penelitian.....	91
Lampiran 2: Uji Normalitas.....	95
Lampiran 4: Uji Kolmogrov-Smirnov	95
Lampiran 5: Uji Multikolonieritas	95
Lampiran 6: Uji Heterokedastisitas	96
Lampiran 7: Uji Koefisien Determinan (R^2)	96
Lampiran 8: Uji Parsial.....	96
Lampiran 9: Uji Simultan	97



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perbankan ialah lembaga keuangan yang menghimpun dana masyarakat dan menyalurkannya kembali dana itu kepada masyarakat. Menurut Hasibuan (2011:1) Bank ialah lembaga keuangan yang melakukan aktivitas usaha dengan cara menghimpunkan dana oleh masyarakat berbentuk simpanan dan nantinya disalurkan dana itu balik untuk masyarakat dengan berbentuk kredit. Kemudian Kasmir (2008:7) menerangkan lebih lanjut bahwa yang dimaksudkan sebuah bank yakni badan usaha yang menghimpun dananya masyarakat dan disalurkan kembali baik dengan berbentuk pembiayaan maupun jasa. Lembaga perbankan pada era modern ini sangat dibutuhkan bagi seluruh kelompok masyarakat, tersebut dikarenakan semua elemen masyarakat pasti melakukan kegiatan ekonomi dan mau tidak mau harus berhubungan dengan pihak lembaga keuangan seperti perbankan.

Perbankan Syariah ialah lembaga keuangan yang membentuk sebuah aktivitas usaha berdasarkan kaedah-kaedah Islam. Berbeda dengan bank konvensional, bank syariah memakai sistem bagi hasil (*profit sharing*) dalam mengembalikan keuntungan. Berdasarkan Undang-undang Nomor 21 Tahun 2008 Tentang perbankan Syariah, menjelaskan bahwa Perbankan Syariah merupakan bank yang menggerakkan usaha berpegangan dengan prinsip syariah dan berfungsi untuk kegiatan yang sosial seperti Baitul Maal, fungsi jasa

keuangan seperti menghimpun dan memberikan dana seperti dalam prinsip-prinsip syariah (Muslim et al, 2014).

Perbankan syariah memiliki prospek sangat baik mengingat sistem yang ditawarkan oleh perbankan syariah ialah dengan sistem bagi hasil (*profit sharing*) yang menerapkan akad perjanjian di awal sehingga meminimalisir ketidakpuasan saat akan membagikan keuntungan yang akan didapatkan. lebih dari itu perbankan syariah merupakan bank yang menerapkan sistem bebas riba yang sangat diperlukan oleh masyarakat muslim dalam upaya meningkatkan taqwa kepada Allah SWT. Di Indonesia sendiri perbankan syariah mengalami perkembangan yang begitu cepat. Perkembangan perbankan syariah di Indonesia terus menerus mengalami tren positif. Umumnya pertumbuhan perbankan syariah di Indonesia bisa dikatakan tidak mengalami kendala dari segi manapun dengan Indonesia merupakan negara dengan penduduk dengan agama Islam paling besar di dunia maka tidak mempunyai alasan untuk perbankan syariah di Indonesia untuk tidak mengalami pertumbuhan.

Statistik pertumbuhan perbankan syariah di Indonesia. Pada tahun 2016 total aset perbankan syariah mencapai 254 triliun rupiah, kemudian di tahun 2015 stagnan di angka 254 triliun rupiah, selanjutnya pada tahun 2018 mengalami peningkatan menjadi 316 triliun rupiah kemudian terakhir pada tahun 2019 total aset perbankan syariah di Indonesia berada di angka 322 triliun rupiah. Statistik ini menunjukkan bahwa pertumbuhan perbankan syariah di

Indonesia terus terjadi kenaikan dalam kurun waktu 4 (empat) terakhir (Laporan OJK, 2020).

Bank Aceh merupakan bank daerah pertama di Indonesia yang melakukan kegiatan operasionalnya menggunakan sistem syariah. Seperti bank pada umumnya, Bank Aceh berusaha melayani terbaik untuk nasabahnya. Hal ini dilakukan sesuai dengan visi Bank Aceh yakni memberi layanan paling baik dan lengkap berbasis TI bagi seluruh nasabah. Hingga saat ini pertumbuhan nasabah masih sangat baik hal ini terlihat dari tahun 2016 nasabah Bank Aceh berjumlah 1.460.000 nasabah kemudian pada tahun 2017 meningkat menjadi 1.560.750 nasabah dan terakhir pada tahun 2018 meningkat ke angka 1.648.089 nasabah. peningkatan jumlah nasabah dapat dilihat dari *demand* masyarakat dengan Bank Aceh makin meningkat banyaknya nasabah sehingga makin meningkat juga demand masyarakat terhadap Bank Aceh (www.bankaceh.co.id).

Pertumbuhan perbankan syariah tentunya dipengaruhi oleh banyak faktor diantaranya yakni menarik kepercayaan dan *demand* masyarakat terhadap perbankan syariah termasuk Bank Aceh sendiri. menumbuhkan kepercayaan masyarakat dapat dilakukan dengan melakukan komunikasi yang baik guna menciptakan kualitas pelayanan yang mampu membuat masyarakat atau nasabah tersebut merasa nyaman dalam berinteraksi (Andespa, 2017). Setiap pelayanan yang diberikan dapat dinilai memuaskan jika pelayanannya itu sesuai apa yang diharapkan bagi seorang nasabah. Jika pelayanan yang diterima oleh nasabah sesuai pada yang

diharapkan sehingga kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak bank akan dipersepsikan baik dan memuaskan. Sebaliknya bila pelayanannya yang diterima oleh nasabah melampau atau masih jauh dari yang diinginkan oleh nasabah sehingga kualitas pelayanan tersebut dianggap buruk atau belum memenuhi kriteria memuaskan (Tjiptono,2014).

Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang besar terhadap kepuasan nasabah, retensi nasabah, pembelian ulang, loyalitas nasabah, komunikasi menular (*word of mouth communication*) dan profitabilitas. Kualitas pelayanan berkontribusi menghasilkan laba lewat potensi nasabah dan bank dalam mendapatkna nasabah baru. Bila kualitas pelayanan yang diberikan dari bank syariah baik sehingga dipresepsikan begitupun bagi nasabah (Tjiptono, 2006) dalam Ferdian (2021). Kualitas pelayanan yang baik sangat penting untuk diperhatikan supaya harapan dan keinginannya para nasabah terpenuhi maka timbul kepuasan bagi nasabah tersebut. Howard dan Sheth (1969 dalam Tjipto (2014) menjelaskan bahwasanya kepuasan nasabah merupakan situasi dimana nasabah tersebut berkenaan dengan kesepadanan atau ketidaksepadanan diantara hasil yang diperoleh terhadap pengorbanan yang dikerjakan. Lebih jelas Mowen (1995) dalam Tjipto (2014) menerangkan kepuasan nasabah sebagai suatu sikap secara keseluruhan pada sesuatu yang telah diperoleh dan pemakaian. Adapun juga kepuasan nasabah merupakan sebuah penilaian evaluatif purna beli yang diperoleh dari seleksi pembelian yang spesifik.

Kehandalan (*Realibility*) merupakan potensi sebuah instansi dalam upaya melayani sesuai akan hal yang dijanjikan dengan akurat dan terpercaya. Kehandalan (*Realibility*) ialah inti dari sebuah kualitas pelayanan, sebab nasabah nantinya menilainya berdasarkan pengalaman saat memakai jasa tersebut (Laila,2012). Maka sebabnya, bank syariah diharuskan mampu menyajikan pelayanan dengan handal agar segala sesuatu kebutuhan nasabah bisa terpenuhi dengan baik.

Daya Tanggap (*Renponsive*) ialah sebuah kebijakan yang digunakan sebagai membantu memberi pelayanan secara cepat dan tepat untuk nasabah. Daya Tanggap (*Renponsive*) berkaitan dengan kerelaan pegawai bank dalam memberikan bantuan kepada nasabah secara efektif dan efisien. Daya tanggap merupakan profesionalitas bank yang baik senantiasa memberikan pelayanan yang memuaskan serta memperhatikann harapan dan masukan pelanggan dan merespon nasabah dengan cepat dan tepat (Muhana,2020).

Jaminan (*Assurance*) merupakan suatu upaya perlindungan yang diberikan oleh pihak bank untuk nasabah yang diantaranya pengetahuan, kompetensi, kesopanan dan sifat bisa dipercaya yang dipunyai oleh pihak bank syariah, serta terbebas dari bahaya, risiko atau keraguan. Jaminan atas pelayanan yang diberikan pihak bank syariah untuk nasabah ditentukan sekali pada dimensi pengetahuan dan kompetensi pegawai bank syariah sehingga nasabah merasa percaya bahwasanya pegawai bank syariah tersebut mampu

memberikan pelayanan yang baik sehingga akan berdampak kepada kepuasan yang dirasakan oleh nasabah (Tjiptono,2014).

Empati (*Empathy*) ialah sebuah wujud perhatian yang diberikan secara pribadi oleh pihak bank syariah terhadap nasabah dengan menempatkan dirinya dalam situasi yang dirasakan oleh nasabah. Empati menyangkut dengan kepedulian pihak bank syariah kepada nasabah mencakup maksud dan kebutuhan nasabah tersebut. Bank syariah harus senantiasa memberikan perhatian khusus terhadap nasabahnya salah satunya ditunjukkan melalui sikap komunikatif yang diiringi dengan pemahaman tentang apa saja yang menjadi kebutuhan nasabah (Ratnasari et al,2012).

Kualitas pelayanan prima dianggap sudah baik jika kualitas pelayanan tersebut sudah memenuhi beberapa komponen seperti pelayanan yang bersifat terbuka (transparansi), bisa dipertanggungjawab sesuai dalam ketentuan dan peraturannya (akuntabilitas), berpegang teguh dengan prinsip efisiensi dan efektifitas (kondisional), memotivasi peran masyarakat dengan memperhatikan aspirasi (partisipatif), tidak diskriminatif (kesamaan hak), dan mempertimbangkan aspek keadilan (keseimbangan) (Azlina, 2013).

Kepuasan nasabah bisa dipengaruhi dengan dua faktor. Berdasarkan Rianto (2012) faktor yang menjadi penentu kepuasan nasabah mencakup harapan (*expectation*) dan pelayanan yang diterima (*perceived performance*). Apabila pelayanan yang di terima melebihi harapan maka nasabah nantinya dapat merasakan kepuasan,

namun jika pelayanannya yang diterima jauh lebih kecil dibandingkan harapan, sehingga nasabahnya tidak dapat merasa puas. Dengan kata lain, makin jauh diantara harapan nasabah dan pelayanan yang diterimanya sehingga nasabah tersebut makin merasa tidak puas.

Tidak jauh berbeda dengan pelayanan biasa, pelayanan prima juga tujuannya sebagai mencukupi keperluan dalam upaya memuaskan nasabah. Pelayanan prima ialah pelayanan paling baik yang pihak bank berikan untuk nasabah berdasarkan prosedur pelayanan. Menurut (Maddy) dalam (Muhana,2020) pelayanan prima merupakan pelayanan yang masuk dalam standar kualitas pelayanan atas harapan dan kepuasannya pelanggan atau masyarakat. Secara sederhana pelayanan prima ialah pelayanan paing bagus yang pihak bank berikan untuk nasabahnya dalam upaya menciptakan kepuasan kepada nasabah tersebut.

Bank Aceh dari segi pelayanan sama seperti bank pada umumnya yakni ingin memberi pelayanan yang paling baik kepada nasabah. Tersebut bertujuan sebagai meningkatkan kepercayaan masyarakat atau nasabah terhadap Bank Aceh. Pelayanan yang sesuai standar kualitas ialah pelayanan yang masuk dalam harapan dan kepuasannya nasabah atau masyarakat (Maddy, 2009). Berdasarkan hal tersebut bank diharuskan untuk melihat kebutuhan nasabah setiap waktu guna memenuhi kualitas pelayanan yang berkualitas dengan harapan nasabahnya merasa puas.

Menurut penelitian yang sudah dilakukan oleh Muhana (2020), menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang meliputi variabel bukti fisik (*tangible*), daya tanggap (*responsive*), Jaminan (*assurance*) dan kepedulian (*emphaty*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, sementara variabel keandalan (*realibility*) berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah. Kemudian penelitian yang dilaksanakan oleh Mastura (2018) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang meliputi kepatuhan syariah (*sharia compliance*), jaminan (*assurance*), keandalan (*reliability*), bukti fisik (*tangible*), kepedulian (*emphaty*), dan daya tanggap (*rensponsiveness*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Berdasarkan paparan tentang variabel yang dapat mempengaruhi kinerja karyawan maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan mengangkat judul: **Pengaruh Kualitas Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Aceh Syariah (Kantor Pusat Operasional).**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan paparan di atas, tentang latar belakan penelitian serta menyebutkan beberapa hasil dari penelitian yang telah dilakukan sebelumnya maka peneliti membuat beberapa rumusan masalah untuk menjawab permasalahan yang diangkat pada penelitian ini. Adapun rumusan masalahnya adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kehandalan (*Realibility*) secara parsial terhadap kepuasan nasabah Bank Aceh?
2. Bagaimana pengaruh daya tanggap (*Renponsive*) secara parsial terhadap kepuasan nasabah Bank Aceh?
3. Bagaimana pengaruh jaminan (*Assurance*) secara parsial terhadap kepuasan nasabah Bank Aceh?
4. Bagaimana pengaruh empati (*Emphaty*) secara parsial terhadap kepuasan nasabah Bank Aceh?
5. Bagaimana pengaruh bukti fisik (*Tangible*) secara parsial terhadap kepuasan nasabah Bank Aceh?
6. Bagaimana pengaruh kehandalan (*Realibility*), daya tanggap (*Renponsive*), jaminan (*Assurance*), kehandalan (*Realibility*) dan bukti fisik (*Tangible*) secara simultan terhadap kepuasan nasabah Bank Aceh?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan beberapa rumusan masalah yang sudah disebutkan di atas, sehingga peneliti membuat beberapa poin yang menjadi tujuan dari penelitian ini. Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis bagaimana pengaruh kehandalan (*Realibility*) secara parsial terhadap kepuasan nasabah Bank Aceh?

2. Untuk menganalisis bagaimana pengaruh daya tanggap (*Responsive*) secara parsial terhadap kepuasan nasabah Bank Aceh?
3. Untuk menganalisis bagaimana pengaruh jaminan (*Assurance*) secara parsial terhadap kepuasan nasabah Bank Aceh?
4. Untuk menganalisis bagaimana pengaruh empati (*Emphaty*) secara parsial terhadap kepuasan nasabah Bank Aceh?
5. Untuk menganalisis bagaimana pengaruh bukti fisik (*Tangible*) secara parsial terhadap kepuasan nasabah Bank Aceh?
6. Untuk menganalisis bagaimana pengaruh kehandalan (*Realibility*), daya tanggap (*Responsive*), jaminan (*Assurance*), kehandalan (*Realibility*) dan bukti fisik (*Tangible*) secara simultan terhadap kepuasan nasabah Bank Aceh?

1.4 Manfaat Hasil Penelitian

Penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat untuk seluruh pihak yang membutuhkan terutama menyangkut pelayanan prima Bank Aceh Adapun beberapa manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Akademis (Teoritis)

- a. Penelitian ini merupakan salah satu tugas akhir peneliti untuk mendapatkan gelar sarjana ekonomi di program studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat sebagai referensi untuk penelitian berikutnya mengenai pengaruh kualitas pelayanan prima terhadap kepuasan nasabah Bank Aceh.

1.4.2 Manfaat Praktis (Operasional)

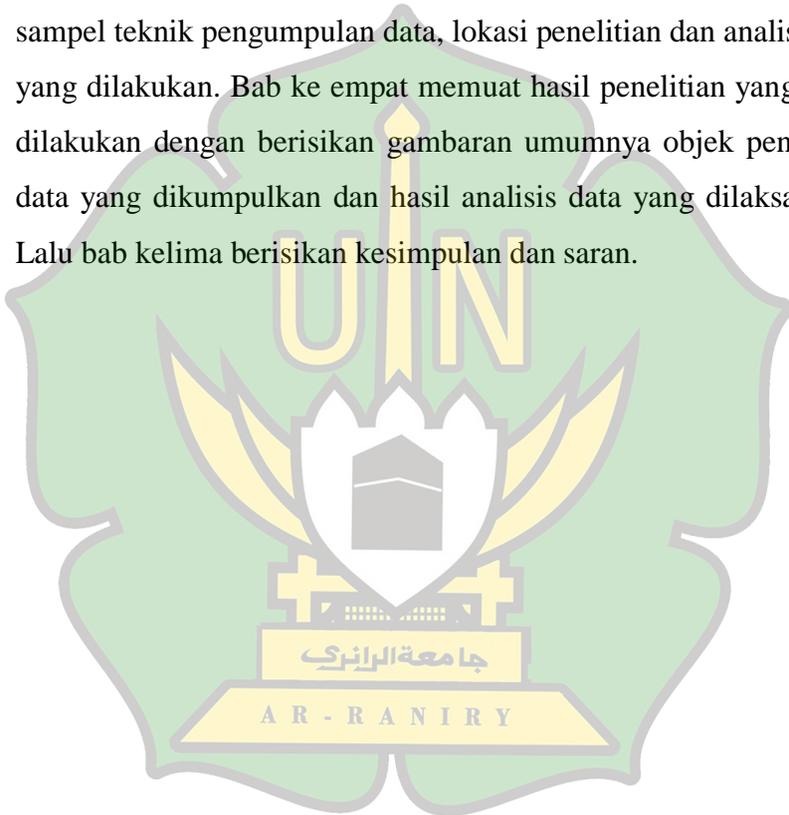
- a. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan masukannya untuk pihak Bank Aceh terkait dengan pelayanan prima guna menjadi bahan evaluasi dan pertimbangan dalam menjalankan kegiatan pelayanan bank kedepan.
- b. Penelitian ini diharapkan mampu menjadi bagian dari rujukan untuk peneliti yang hendak melakukan penelitian selanjutnya terkhusus tentang pelayanan prima bank.

1.5 Sistematika Pembahasan

Penelitian ilmiah perlu di kaji dan disajikan dengan sistematis sesuai pada aturan-aturan baku yang berlaku. Pada usaha menggapai hal itu penulis memakai lima bab pada penelitian ini. Adapun sistematika pembahasan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Bab pertama berisikan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan

sistematika pembahasan. Dalam bab kedua berisikan mengenai berbagai macam landasan teori yang mendukung penelitian yang dilaksanakan dan segala sesuatu yang berhubungan dalam penelitian. Bab 3 berisi tentang metodologi penelitian dimana memuat tentang jenis penelitian yang dilakukan, populasi dan sampel teknik pengumpulan data, lokasi penelitian dan analisis data yang dilakukan. Bab ke empat memuat hasil penelitian yang sudah dilakukan dengan berisikan gambaran umumnya objek penelitian, data yang dikumpulkan dan hasil analisis data yang dilaksanakan. Lalu bab kelima berisikan kesimpulan dan saran.



BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Bank Syariah

2.1.1 Pengertian Bank Syariah

Menurut Undang-undang Nomor 21 Tahun 2008 yang dimaksud dengan Bank Syariah ialah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat berbentuk simpanan dan menyalurkan kembali kepada masyarakat berbentuk pembiayaan atau bentuk lain pada upaya peningkatan kualitas hidup rakyat. Sudarsono (2012:29) menjelaskan bank syariah merupakan lembaga keuangan yang usaha pokok memberi pembiayaan atau bentuk jasa lain saat transaksi pembayaran dan pengedaran uang yang dilakukan berdasarkan prinsip-prinsip syariah.

Bank Syariah pada operasional mesti mencakup prinsip-prinsip syariah baik dalam menghimpun dana dari masyarakat maupun pada kegiatan pemberian pembiayaan atau jasa-jasa lainnya (Ismail,2011:23). Muhammad (2014:11) menjelaskan bahwa bank syariah menerapkan pengembalian keuntungan/ profit dengan skema bagi hasil/ *profit sharing*. Dengan kata lain bank syariah merupakan bank yang menghimpun dana oleh masyarakat dan disalurkan lagi dana tersebut untuk masyarakat dengan pengembalian keuntungan seperti dalam prinsip syariah yakni skema bagi hasil.

Melalui beberapa pendapatnya para ahli di atas, bisa ditarik kesimpulan bahwasanya bank syariah yakni lembaga keuangan yang bergerak dalam usaha berpegangan dengan prinsip-prinsip syariah

seperti menerapkan akad diawal, tidak mengandung unsur judi dan sebagainya serta yang paling mendasar ialah menggunakan prinsip bagi hasil/ *profit sharing* saat menentukan margin keuntungan yang terbebas dari riba.

2.2 Pelayanan Prima

2.2.1 Pengertian Pelayanan Prima

Pelayanan menurut Kasmir (2017:47) merupakan tindakan atau perbuatan yang dilakukan seorang/ instabsu dalam upaya memberi kepuasan untuk nasabah, sesama pegawai dengan pimpinan sehingga orang tersebut merasa puas atas tindakan yang diberikan. Rusydi (2017:39) menjelaskan bahwasanya kualitas pelayanan ialah potensi bank untuk memberi pelayanan terbaiknya yang berharga daripada kompetitornya. Tjiptono (1997) dalam Ferdian (2021) menjelaskan lebih lanjut bahwa kepuasan nasabah sebagai tujuan utama bagi pihak bank terhadap menyajikan pelayanan terbaiknya yang berarti daripada kompetitornya.

2.2.2 Faktor Yang Mempengaruhi Pelayanan Prima

Menurut Nangoi (2004:132-133) dalam Yuliana (2007) yang menjadi faktor-faktor yang memengaruhi kualitas pelayanan adalah sebagai berikut:

1. Kepemimpinan

Pegawai membangun kepemimpinan dalam pribadinya supaya mempunyai dorongan kerja yang besar dengan harapan bisa menyajikan kualitas pelayanan yang semaksimal mungkin. Diharap

pimpinan mempunyai jiwa kepemimpinan pelayanan seperti bervisi dalam pelayanan, kualitas kerja yang tinggi, gaya kepemimpinan lapangan dan berintegritas.

2. Semangat Kerja Tim

Semangat kerja tim dengan tidak ada semangatnya kerja tim, nantinya dapat memsult dalam penciptaan sikap yang berorientasi terhadap konsumen. Semangat kerja tim bisa mengikutsertakan partisipasinya pegawai lewat pembagian informasi dan pengambilan keputusan maka bisa membuat kuatnya komitmen dalam menyajikan yang paling baik.

3. Teknologi

Penggunaan teknologi dikerjakan untuk peningkatan kualitasnya pelayanan. Teknologi lunak adapun sistem dan metode kerja yang inovatif menjadi efisiensinya arus kerja dalam penunjang kesuksesan pelayanan untuk konsumen.

Kemudian The Lang Gie dalam Yuliana (2007) menyatakan beberapa faktornya yang memengaruhi kualitas pelayanan untuk konsumen/ nasabah diantaranya:

1. Motivasi Kerja Karyawan

Pegawai yang bermotivasi kerja besar sehingga orang tersebut dapat memberikan performansi kerja yang paling baiknya yakni terhadap pemberian pelayanan yang memiliki kualitas untuk pelanggannya.

2. Sistem Kerja dan Sistem Pelayanan

Sistem kerja dan sistem pelayanan yang konsisten, dinamis, dan fleksibel bisa mempermudah pegawai untuk memberi pelayanan untuk konsumen.

3. Suasana Kerja

Suasana kerja yang kondusif dan nyaman dibutuhkan agar menunjang pegawai memberi pelayanan konsumen secara pelayanannya yang berkualitas.

4. Kemampuan Kerja Karyawan

Kemampuan kerja ialah kapasitasnya suatu orang dalam melakukan bermacam tugas pada sebuah pekerjaan yang mencakup potensi intelektual dan fisik. Pelayanan yang berkualitas untuk konsumen bisa disajikan bila karyawannya mempunyai kompetensi kerja yang sangat baik.

5. Lingkungan Fisik Tempat Kerja

Lingkungan fisik mencakup suhu, temperatur, peralatan kerja, keleluasaannya ruang kerja yang menunjang dan membentuk kenyamanan pegawai saat bekerja bisa mempermudah pegawai saat memberi pelayanan yang berkualitas untuk konsumen.

6. Perlengkapan dan Fasilitas

Perlengkapan dan fasilitas yang lengkap bisa menunjang pelayanan yang konsumen dapatkan.

7. Prosedur Kerja di Perusahaan

Prosedur kerja ialah serangkaian tatanan tata kerja yang sudah ditentukan dalam pelaksanaan tanggungjawab dengan memakai

teknik kerja yang berencana, pasti, dan mudah dimengerti. Prosedur kerja yang tidak membuat para karyawan terbebani menunjang pegawai saat memberi pelayanan yang berkualitas untuk konsumen.

2.2.3 Pelayanan Prima Dalam Islam

Islam menganjurkan untuk umat bahwa apabila menginginkan hasilnya yang baik atas usaha yang dilakukan, hendak memberi *service* yang berkualitas serta tidak memberi hal-hal yang tidak diinginkan oleh orang lain (Kartajaya: 2006) dalam Muhana (2020). Hal ini dikerjakan dengan tujuannya memperoleh hasil sesuai dengan yang diharapkan. Sebagaimana Firman Allah dalam Surah an-Nisa' ayat: 58:

إِنَّ اللَّهَ يُأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ ۗ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا

Artinya: “Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Mendengar lagi Maha Melihat” (QS. An-Nisa’:58).

Ayat tersebut menerangkan jika Islam sangat menekankan kepada pelayanan yang sempurna/ prima karena pelayanan merupakan anamat yang harus kita jalankan. Pelayanan prima bukan hanya tentang mengantarkan atau melayani sebagaimana yang biasa

dipahami, akan tetapi lebih dalam lagi seperti mengerti, memahami dan merasakan apa yang dialami atau dikeluhkan oleh nasabah (Gunara dan Sudiby, 2006) dalam Muhana (2020).

2.2.4 Bentuk Kualitas Pelayanan Prima

Parasuraman (2001:32) menjelaskan bentuk kualitas pelayanan prima dengan menerapkan konsep “RATER”. Adapun bentuk-bentuknya adalah sebagai berikut:

1. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Seluruh karyawan saat memberi sebuah pelayanan, berfokuskan kepada aspek pelayanan yang memengaruhi sekali perilakunya seorang yang memperoleh pelayanan, maka dibutuhkan potensi daya tanggapnya oleh karyawan dalam memberi pelayanan masyarakat sesuai pada tingkatan penyerapan, pengertian, ketidaksesuaian atas bermacam hal wujud pelayanan yang tidak diketahui. Tersebut membutuhkan ada penjelasannya yang bijaksana, mendetail, membina, mengarahkan dan membujuk supaya memberikan tanggapan dengan semua wujud prosedur dan mekanisme kerja yang ada pada sebuah instansi, maka wujud pelayanannya memperoleh respon baik.

2. Jaminan (*Assurance*)

Segala wujud pelayanan membutuhkan sebuah kepastiannya terhadap pelayanan yang disajikan. Wujud kepastian dari sebuah pelayanan sangat dilihat dari jaminannya oleh karyawan yang memberi pelayanan, maka orang yang menerima pelayanannya merasa kepuasan dan percaya jika semua wujud urusan pelayanannya

yang dilakukan atas tuntas dan selesai sesuai pada kecepatan, ketepatan, kemudahan, kelancaran dan kualitas layanannya yang disajikan.

3. Bukti Fisik (*Tangible*)

Definisi bukti fisik pada kualitas layanan ialah wujud aktualisasinya nyata menurut fisik bisa tampak atau dipakai bagi karyawan sesuai pada pemakaian dan pemanfaatan yang bisa dirasakan mendorong pelayanan yang di terima bagi seseorang yang mengharapkan pelayanan, maka puas terhadap pelayanannya yang dirasakan, serta menunjukkan prestasi kerjanya terhadap memberi pelayanan yang diberikannya.

4. Empati (*Empathy*)

Segala kegiatan atau aktivitasnya pelayanan membutuhkan sebuah pemahaman dan definisi terhadap kebersamaan asumsi atau kepentingannya akan sesuatu yang berhubungan pada pelayanan. Pelayanan bisa jalan secara lancar dan berkualitas jika semua pihaknya yang bersangkutan terhadap pelayanan mempunyai sebuah rasa empati (*empathy*) saat melakukan atau mengatasi atau berkomitmen yang serupa akan pelayanannya.

5. Keandalan (*Reliability*)

Seluruh pelayanan membutuhkan wujud pelayanannya yang handal, artiannya saat memberi pelayanan, semua karyawan diharap mempunyai potensi terhadap pengetahuan, keahlian, kemandirian, penguasaan dan profesionalisme kerja yang besar, maka kegiatan kerja yang dikerjakannya memperoleh sebuah pelayanan yang

memuaskan, dengan tidak adanya keluhan dan kesan yang berlebihan akan pelayanan yang didapat bagi masyarakat.

2.2.5 Indikator Kualitas Pelayanan Prima

Konsep pelayanan prima lebih kepada bagaimana metode pendekatan yang dilakukan dalam upaya untuk membuat nasabah yang dilayani merasa puas. Konsep pelayanan prima harus memperhatikan dan menyelaraskan beberapa faktor seperti sikap (*attitude*), perhatian (*attention*), tindakan (*action*), kemampuan (*ability*), penampilan (*appearance*) dan tanggung jawab (*accountability*). Adapun penjelasannya adalah sebagai berikut:

1. Sikap (*attitude*)

Sikap (*attitude*) merupakan sikap atau perilaku yang ditunjukkan kepada nasabah melalui penampilan yang sopan atau serasi, selalu berfikir positif, sehat jasmani dan rohani serta selalu bersikap menghargai nasabah.

2. Perhatian (*attention*)

Perhatian (*attention*) merupakan rasa kepedulian yang sangat penuh terhadap nasabah dengan memperhatikan kebutuhan, keinginan nasabah termasuk dengan memperhatikan pemahaman nasabah serta menerima kritikan dari nasabah.

3. Tindakan (*action*)

Tindakan (*action*) berkaitan dengan tindakan nyata yang ditunjukkan kepada nasabah atas melayani nasabah seperti mencatat segala sesuatu yang dibutuhkan nasabah, serta mewujudkan kebutuhan nasabah tersebut.

4. Kemampuan (*ability*)

Kemampuan (*ability*) merupakan *skill* atau kemampuan atau ketrampilan yang dibutuhkan untuk menunjang kegiatan pelayanan seperti kemampuan komunikasi yang baik, pengembangan motivasi supaya nasabah merasa puas atas pelayanan yang disajikan.

5. Penampilan (*apperance*)

Penampilan (*apperance*) yang dimaksud bukan hanya penampilan fisik, akan tetapi juga termasuk penampilan non fisik yang dapat menggambarkan kepercayaan diri dan kredibilitas di depan nasabah.

6. Tanggung Jawab (*accountability*)

Tanggung jawab (*accountability*) merupakan sebuah sikap keberpihakannya terhadap nasabah menjadi salah satu bentuk kepedulian terhadap keluhan nasabah untuk meminimalisir kerugian dan ketidakpuasan nasabah.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa konsep pelayanan prima mencakup beberapa aspek seperti sikap (*attitude*), perhatian (*attention*), tindakan (*action*), kemampuan (*ability*), penampilan (*appearance*) dan tanggung jawab (*accountability*) (Barata, 2004:31).

2.2.6 Tujuan dan Manfaat Pelayanan Prima

Pelayanan prima diberikan dalam mencukupi kebutuhannya pelanggan dalam upaya memberi kepuasannya untuk nasabahnya. Jika dilihat dari sektor publik, pelayanan prima tujuannya sebagai memberikan kebutuhannya masyarakat secara sangat baik. Sedngkat

jika dilihat dari sektor bisnis, pelayanan prima lebih berorientasi kepada profit atau keuntungan (Muhana,2020). Adapaun beberapa manfaat yang bisa didapati instansi atau pihak bank dalam melakukan pelayanan prima adalah sebagai berikut:

1. Menambah citra bank/ instansi
2. Melahirkan kesan pertama yang sangat positif
3. Menambah daya saing perusahaan
4. Merupakan sarana promosi bagi pihak bank
5. Meningkatkan kepercayaan nasabah

2.3 Kepuasan Nasabah

2.3.1 Pengertian Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah merupakan suatu kondisi dimana harapan dan keinginan dapat terpenuhi dengan baik. Setiap pelayanan yang diberikannya akan dinilai puas jika pelayanan itu bisa sesuai harapan dan keinginannya suatu orang atau nasabah. Kepuasan nasabah ialah suatu evaluasi purnabeli yang mana alternatifnya yang di pilih melampaui harapannya. Engel (1990) dalam Tjiptono (2014) menjelaskan bahwasanya kepuasan nasabah ialah hasil evaluasinya yang mana alternatif yang dipilihnya setidaknya sama atau melebihi harapannya adapun ketidakpuasan akan hadir jika hasil yang didapati tidak sesuai harapannya nasabah.

Kepuasan dan ketidakpuasan ialah responnya dari nasabah akan hasil pengevaluasian kesesuaian yang diraskan diantara harapan dan aktual yang diterima. Nasabah yang merasa puas bisa mendapatkan nilai lebih dari pihak bank syariah atas pelayanan yang

diterimanya. nilai yang diterima oleh nasabah tersebut merupakan acuan terhadap kepuasan yang diterima oleh nasabah (Rianto,2012).

Berdasarkan beberapa pengertian di atas mengenai kepuasan nasabah sehingga bisa disimpulkan bahwasanya kepuasan nasabah ialah reaksi dari pihak nasabah atas segala sesuatu yang didapatnya seperti harapan yang didapatkan dari suatu hal terealisasi sesuai pada yang diinginkan . Dimana dengan hal itu bisa membuat perasaan dari nasabah tersebut merasa lebih senang atau lebih positif.

2.3.2 Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah

Kepuasan ialah penilaiannya akan ciri atau keistimewaannya produk atau jasa, atau produk tersendiri, yang menyajikan tingkatan kesenangannya pelanggan berhubungan terhadap memenuhi kebutuhannya konsumsi pelanggan (Lupiyo, 2001) dalam Meliana (2017). Ia juga menambahkan bahwa faktor-faktor yang memengaruhi nasabah ialah seperti berikut:

1. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan/ jasa ialah termasuk faktor yang memengaruhi kepuasan nasabah. Hal ini dikarenakan keadaan dimana konsumen/ nasabah dapat merasa puas jika mereka memperoleh pelayanan yang bagus atau sesuai akan yang diinginkan.

2. Kualitas Produk

Kualitas produk ialah faktor yang memengaruhi kepuasannya nasabah karena kualitas produk yang ditawarkan oleh pihak

perusahaan/ bank sesuai akan kebutuhannya nasabah atau kualitas produk tersebut memenuhi kriteria keinginan nasabah/ pelanggan.

3. Harga

Harga ialah termasuk faktor yang memengaruhi kepuasan nasabah. Tersebut disebabkan produk yang berkualitas yang serupa namun menentukan harga yang terjangkau atau relative murah bisa memberi nilai yang lebih besar untuk konsumen/ nasabahnya.

4. Emosional

Emosional ialah termasuk faktor yang bisa memengaruhi kepuasan nasabah. Tersebut disebabkan pelanggan/ nasabah bisa merasa bangga atau memperoleh kepercayaan bahwasanya orang lain bisa merasa kagum akan dirinya apabila Ia memakai produk dengan merk tertentu yang condong memiliki tingkatan kepuasan yang lebih besar.

5. Biaya Konsumen

Emosional ialah termasuk faktor yang bisa memengaruhi kepuasan nasabah. Tersebut disebabkan biaya pelanggan tidak memerlukan dana tambahan atau tidak harus menabung waktu agar memperoleh sebuah produk/ jasa dan condong merasa puas pada produk/ jasa itu.

6. Situasi

Emosional ialah termasuk faktor yang bisa memengaruhi kepuasan nasabah. Tersebut disebabkan situasi merupakan keadaan atau kondisi yang dirasakan oleh pelanggan.

2.3.3 Kepuasan Nasabah Dalam Islam

Islam memiliki tolak ukur terhadap menilai kepuasannya nasabah. Kepuasan nasabah akan standarisasi Islam yakni tingkatan perbandingan diantara harapan pada produk/ jasa yang semestinya sesuai tuntutan Islam dengan kenyataan yang didapatkan sesuai atau memenuhi kriteria yang diharapkan. Qardhawi (1997) dalam Muhana (2020) menjelaskan bahwa pedoman dalam mengidentifikasi tingkatan kepuasannya nasabah sehingga bank syariah perlu memberi pelayanan yang berhubungan pada sikap-sikap sebagai berikut:

1. Jujur

Pihak bank syariah perlu menanamkan sifat jujur untuk semua pegawai yang ada di lingkungan bank syariah tersebut. Hal ini sesuai dengan Sabda Rasulullah SAW.

عن عبد الله بن عمر رضي الله عنه قال: قال رسول الله صلى الله عليه و سلم: « التَّاجِرُ الْأَمِينُ الصَّدُوقُ الْمُسْتَلَمُ مَعَ الشُّهَدَاءِ — وَفِي رِوَايَةٍ: مَعَ النَّبِيِّينَ وَ الصَّدِيقِينَ وَ الشُّهَدَاءِ — يَوْمَ الْقِيَامَةِ »
رواه ابن ماجه والحاكم والدارقطني وغيرهم

Artinya : “Dari Abdullah bin ‘Umar radhiallahu ‘anhu. Rasulullah shallallahu ‘alaihi wa sallam bersabda, “Seorang pedagang muslim yang jujur dan amanah (terpercaya) akan (dikumpulkan) bersama para Nabi, orang-orang jujur dan orang-orang yang mati syahid pada hari kiamat (nant)”. (HR. Ibnu Majah Nomor 2139, Hakim Nomor 2142 dan Daruquthni Nomor 17).

Hadist di atas menjelaskan bahwa operasional bank syariah (karyawan), diwajibkan mempunyai sikap jujur dikarenakan dari sikap jujur tersebut dapat membentuk kepercayaan dari nasabah dan dengan kepercayaan dari nasabah tersebut dapat timbul rasa kesetiaan terhadap bank syariah tersebut.

2. Amanah

Pihak bank syariah harus menjalankan kegiatannya secara amanah, artinya memberikan hak kepada orang yang berhak memilikinya dan tidak mengambil suatu hal berlebihan serta tidak mengurangi hak orang lainnya adapun berpa dana maupun yang lain. Penjualan dengan sikap amanah ini harus menerangkan ciri, kualitas barang dan harga barang tersendiri kepada nasabah. Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT dalam Surah an-Nisa' ayat: 58:

إِنَّ اللَّهَ يُأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ ۗ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا

Artinya: “Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Mendengar lagi Maha Melihat”. (QS. an-Nisa’:58).

Tafsir al-Mukhtasar menjelaskan tentang ayat tersebut dimana ayat tersebut menjelaskan tentang perintah Allah SWT untuk

menunaikan atau menjaga amanah yang telah diberikan/ dipercayakan kepada kita serta tidak melalaikan amanat tersebut. Oleh karena itu, pihak bank syariah harus bersikap selayaknya kepada nasabah diantaranya dengan cara menerangkan tentang apa saja yang berhubungan pada barang/ produk/ jasa yang diberikan tanpa mengurangi dan melebih-lebihkan. Maka begitu nasabah akan mengerti dan tidak ragu saat menentukan barang/ produk/ jasa yang ditawarkan.

Dalam tafsir Al-Mukhtasar, ayat diatas menjelaskan tentang perintah Allah untuk menunaikan atau menjaga amanat yang telah dipercayakan kepada kita dan tidak melalaikan amanat tersebut (Mukhtasar Tafsir Ibnu Katsir: 2012). Oleh karena itu, pihak bank harus bersikap selayaknya untuk nasabah antarannya dengan caranya menerangkan apapun yang berhubungan dengan barang atau jasa yang akan dijualnya untuk nasabah tanpa melebihkan atau menguranginya. Maka begitu nasabah bisa mengerti dan tidak ragu saat memilih barang atau jasa itu.

3. Benar

Islam sangat melarang berdagang dengan cara berdusta. Berdusta sangat dikecam dalam Islam apalagi bisa disertai dengan sumpal palsu. Hal ini dijelaskan dalam Hadist yang diriwayatkan oleh Imam Bukhari nomor 1973 dan Imam Muslim nomor 1532 :

الْبَيْعَانِ بِالْخِيَارِ مَا لَمْ يَتَفَرَّقَا ، فَإِنْ صَدَقَا وَبَيْنَا بُورِكَ لَهُمَا فِي بَيْعِهِمَا ،
وَإِنْ كَتَمَا وَكَذَبَا مُحِقَتْ بَرَكَةُ بَيْعِهِمَا (متقف عليه

Artinya : “Penjual dan pembeli masih boleh memilih (untuk meneruskan transaksi atau membatalkannya) selama belum berpisah. Jika keduanya bersikap benar dan menjelaskan apa adanya maka keduanya diberkahi dalam jual belinya. Jika keduanya menyembunyikan (cacat) dan berdusta, maka akan dihapus berkah pada keduanya” (HR. Bukhari dan Muslim).

2.3.4 Bentuk Kepuasan Nasabah

Strauss dan Neuhaus dalam Tjiptono dan Chandra (2016:212) mengklasifikasi bentuk kepuasan menjadi tiga bentuk keputusan dan dua tipe ketidakpuasan menurut gabungan diantara emosi-emosi spesifik pada penyajian pelayanan, ekspektasi berhubungan kapabilitas kinerja masa depan pemasok pelayanan dan minat berperilaku dalam memilih kembali penyajian yang berkaitan. Adapun bentuk-bentuk itu ialah sebagai berikut:

1. *Demanding Customer Satisfaction*

Demanding Customer Satisfaction. Tipe ini ialah tipe kepuasan yang aktif. Relasinya terhadap penyediaan jasa digambarkan emosi positif, khususnya optimisme dan kepercayaan. Menurut pengalaman baik pada masa lampau, konsumen terhadap tipe kepuasan ini bertumpu bahwasanya penyedia jasa dapat memberikan kepuasan ekspektasinya yang makin naik pada masa mendatang.

2. *Stable Customer Satisfaction*.

Konsumen pada tipe ini mempunyai tingkatan aspirasi pasif dan tindakan yang demanding. Emosi positif akan penyedia jasa bergambarkan steadiness dan trust pada hubungan yang terbina

sekarang. Mereka berharap semua hal tetap serupa. Menurut pengalaman pengalaman positifnya yang sudah terbentuk sampai sekarang, mereka ingin meneruskan hubungan bersama penyedia pelayanan.

3. *Resigned Customer Satisfaction.*

Konsumen pada tipe ini pun merasa puas. Tetapi, kepuasan bukan dikarenakan dengan memenuhi ekspektasi, tetapi lebih didasari dengan kesan bahwasanya tidak realistis dengan berharap lebih. Perilaku konsumen tipe ini condong pasif. Mereka tidak mau membuat bermacam usaha dengan tujuan mengharuskan perbaikan kondisi.

4. *Stable Customer Dissatisfaction.*

Konsumen pada tipe ini tidak puas pada kinerja penyaji pelayanan, tetapi mereka condong tidak berbuat apapun. Relasinya dengan penyedia pelayanan digambarkan emosi negatif dan asumsi bahwasanya ekspektasi mereka tidak dapat tercukupi pada masa mendatang. Mereka pun tidak tampak sebuah kesempatan dalam perubahan atau pembenahan.

5. *Demanding Customer Dissatisfaction.*

Tipe ini bergambarkan tingkatan aspirasi aktif dan perilaku demanding. Dengan tingkatan emosi, ketidakpuasan membangun protes dan oposisi. Tersebut mengartikan jika mereka dapat aktif untuk menuntut perbaikannya. Di waktu yang bersamaan, mereka pun merasa tidak harus terus royal dengan penyedia jasanya.

Menurut pengalaman buruknya, mereka tidak ingin memilih penyedia jasa yang itu kembali pada hari-hari kedepan.

2.3.5 Indikator Kepuasan Nasabah

Hawkins dan Lonney dalam Tjiptono (2014) menjelaskan bahwasanya yang menjadi indikator dari kepuasan nasabah adalah sebagai berikut:

1. Kesesuaian harapan ialah tingkatan keseimbangannya diantara produk dan pelayanan yang Bank Syariah berikan dengan harapan nasabah, mencakup:
 - a. Produk yang didapati sesuai atau melebihi dengan yang diinginkan.
 - b. Pelayanan yang diberikan bagi karyawan bank syariah sesuai atau lebih akan harapannya nasabah.
 - c. Fasilitas penunjang yang di terima bagi nasabah sesuai atau lebih akan harapannya nasabah.

Seperti yang sudah dipaparkan, variabel yang menjadi penentu kepuasannya nasabah yakni hal yang diinginkan nasabah dan pelayanannya yang didapat. Jika kinerja pelayanan yang diberikannya pegawai lebih dari yang diharapkan nasabah, sehingga dapat muncul rasa kepuasan dengan nasabahnya. dan sebaliknya. Makin besarnya tingkatan kelebihan kinerja produk dan pelayanan yang didapat atas harapannya nasabah, makin besarnya juga tingkatan kepuasan yang nasabah rasakan.

2. Minat kunjungan lagi ialah kesediaannya konsumen nasabah dalam berkunjung kembali atau bertransaksi ulang, mencakup:

- a. Minat dalam transaksi lagi karena pelayanan yang didapatkan melalui pegawai memuaskan.
 - b. Berminat dalam transaksi ulang sebab nilai dan manfaatnya yang didapatkan setelah bertransaksi
 - c. Berminat datang kembali sebab fasilitas pendukung yang disajikan mencukupi.
3. Ketersediaan merekomendasikan ialah ketersediaan konsumen dalam merekomendasikan bank tempat bertransaksi dengan teman atau keluarga, mencakup:
- a. Memberikan saran teman atau kerabat dalam memakai produk yang ditawarkan sebab pelayanannya yang memuaskan.
 - b. Menyarankan teman atau kerabat dalam memakai produk yang ditawarkan sebab fasilitas pendukung yang disajikan mencukupi.

Menyarankan teman atau kerabat untuk memakai produk yang ditawarkan sebab nilai atau manfaat yang diperoleh sesudah memakai produk di bank itu.

Irawan (2008) menjelaskan bahwa yang menjadi indikator dari kepuasan nasabah ialah sebagai berikut:

1. Perasaan Puas

Nasabah merasakan kepuasan atas pelayanan yang diberikannya adapun oleh segi pelayanan, ketersediaan produk/ jasa dan sebagainya yang memenuhi kualitas yang diinginkan.

2. Selalu membeli Produk

Pelanggan/ nasabah tetap menggunakan produk/ jasa yang ditawarkan jika produk/ jasa tersebut sesuai dengan keinginan/ harapan.

3. Akan merekomendasi untuk orang lainnya

Konsumen yang merasa puas setelah menggunakan sebuah produk/ jasa yang diberikan dan produk/ jasa tersebut sesuai akan harapannya maka nasabah itu bisa menceritakan untuk orang lain sehingga menjadi nilai positif bagi perusahaan/ bank dalam upaya mendapatkan nasabah lain.

4. Terpenuhinya Harapan

Kesesuaian kualitas produk/ jasa yang diberikan oleh pihak perusahaan/ setelah pembelian.

Kotler (2005) menjelaskan bahwa yang menjadi indikator dari kepuasan nasabah adalah sebagai berikut:

1. Sistem penanganan keluhan pelanggan dan saran konsumen

Sebuah instansi yang berorientasi terhadap pelanggan dapat memberi peluang besar kepada pelanggan akan penyampaian saran dan keluhan, seperti halnya menyajikan kotak saran, kartu komentar dan lainnya.

2. Sistem survei reputasi perusahaan

Umumnya penelitian tentang kepuasan pelanggan dilaksanakan dengan membuat survey lewat bermacam media

adapun lewat telepon, pos, maupun dengan wawancara secara langsung.

3. Sistem survei reputasi perusahaan

Perusahaan dapat menghubungi para pelanggan atau sekurangnya menggali informasi pelanggan yang sudah bertransaksi dan berhenti berbelanja produk atau yang sudah pindah pemasoknya, supaya diidentifikasi penyebabnya mengapa konsumen itu berhenti.

2.4 Penelitian Terdahulu

Yunita et al (2023) melakukan penelitian dengan mengangkat judul pengaruh pelayanan prima dan harga terhadap kepuasan nasabah pada PT Pengadaan UPC Dringu kabupaten Probolinggo. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan menganalisis pengaruh pelayanan prima dan harga terhadap kepuasan nasabah. Metode analisis data dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelayanan prima dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Jajang dan Imas (2021) melakukan penelitian dengan mengangkat judul pengaruh pelayanan prima (*service excellence*) terhadap kepuasan nasabah pada unit pengelola kegiatan (UPK) galuh buangan panumbangan Ciamis. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan menganalisis bagaimana pengaruh pelayanan prima terhadap kepuasan nasabah. Metode analisis data dilakukan dengan analisis regresi linier sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelayanan prima mempunyai hubungan yang kuat dan

pengaruh yang positif dengan dampak signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Deddy (2020) melakukan penelitian dengan mengangkat judul pengaruh pelayanan prima terhadap kepuasan nasabah (studi kasus di PT Bank Jatim cabang Maron Probolinggo). Penelitian ini merupakan penelitian deduktif dengan tujuan menguji hipotesis melalui validasi teori atau pengujian aplikasi teori pada keadaan tertentu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan variabel sikap mempunyai pengaruh signifikan dan negatif dengan kepuasan nasabah, variabel perhatian mempunyai pengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan analisis berganda variabel sikap dan perhatian mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Secara parsial variabel tindakan merupakan yang paling dominan.

Ayu dan Jati (2020) melakukan penelitian dengan mengangkat judul analisis pengaruh dimensi pelayanan prima terhadap kepuasan nasabah tabungan BRI kantor cabang Kendal. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan menganalisis bagaimana pengaruh dimensi pelayanan prima terhadap kualitas pelayanan. Metode analisis data dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan secara simultan kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan dan tanggung jawab berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Secara parsial seluruh variabel berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Hamzah dan Astri (2019) membuat penelitian dengan mengangkat judulnya “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah”. Penelitian yang penelitian kuantitatif memakai teknik analisis data memakai analisis regresi linier berganda. Hasil dari penelitiannya ini membuktikan jika Bukti fisik, daya tanggap, kehandalan dan jaminan berpengaruh positif dan signifikan pada kepuasan nasabah.

Mastura (2018) melakukan penelitian terkait dengan kualitas pelayanan dan kepercayaan nasabah terhadap kepuasan nasabah studi pada PT. Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh. Jenis penelitian yang dilakukan adalah pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian adalah seluruh nasabah pada PT. Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling*. Data dikumpulkan melalui angket atau kuesioner dengan menggunakan skala likert. Penelitian ini menggunakan uji validitas dan realibilitas, kemudian uji asumsi klasik serta analisis korelasi, analisis regresi linear sederhana dan berganda. Hasil mengemukakan bahwa kualitas pelayanan dan kepercayaan nasabah secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, kepercayaan nasabah berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian peneliti adalah variabel bebas (x) yaitu kualitas pelayanan dan kepercayaan nasabah dan teknik pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling*.

Wahab (2017) melaksanakan penelitian dengan mengangkat judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Industri Perbankan Syariah di Pekanbaru”. Penelitian memakai penelitian kuantitatif bermetode analisis data memakai analisis regresi linier berganda. Hasil dari penelitiannya ini membuktikan bahwasanya *Reliability, responsiveness, Empathy, Assurance* dan *Tangible* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dengan lebih jelas dapat diperhatikan di tabel 2.1:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Identifikasi Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Yunita et al (2023) pengaruh pelayannya prima dan harga terhadap kepuasan nasabah pada PT Pengadaian UPC Dringu kabupaten Probolinggo.	Metode analisis data dengan menggunakan analisis regresi linier berganda.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelayanan prima dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah
2	Jajang dan Imas	Metode analisis data	Hasil penelitian menunjukkan bahwa

No	Identifikasi Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
	<p>(2021)</p> <p>pengaruh pelayanan prima (<i>service excellence</i>) terhadap kepuasan nasabah pada unit pengelola kegiatan (UPK) galuh buangan panumbangan Ciamis.</p>	<p>dilakukan dengan analisis regresi linier sederhana.</p>	<p>pelayanan prima mempunyai hubungan yang kuat dan pengaruh yang positif dengan dampak signifikan terhadap kepuasan nasabah.</p>
3	<p>Deddy (2020)</p> <p>pengaruh pelayanan prima terhadap kepuasan nasabah (studi kasus di PT</p>	<p>Penelitian ini merupakan penelitian deduktif dengan tujuan menguji hipotesis melalui validasi teori atau pengujian aplikasi teori</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan variabel sikap mempunyai pengaruh signifikan dan negatif dengan kepuasan nasabah, variabel perhaian mempunyai pengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan</p>

No	Idenifikasi Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
	Bank Jatim capem Maron Probolinggo)	pada keadaan tertentu.	analisis berganda variabel sikap dan perhatian mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Secara parsial variabel tindakan merupakan yang paling dominan.
4	Ayu dan Jati (2020) melakukan penelitian dengan mengangkakan judul analisis pengaruh dimensi pelayanan prima terhadap kepuasan nasabah tabungan BRI kanto cabang Kendal.	pelayanan. Metode analisis data dengan menggunakan analisis regresi linier berganda.	Hasil penelitian menunjukkan secara simultan kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan dan tanggung jawab berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Secara parsial seluruh variabel berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.
5	Hamzah dan Astri (2019) Pengaruh	Penelitian kuantitatif dengan menggunakan	Bukti fisik, daya tanggap, kehandalan dan jaminan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan

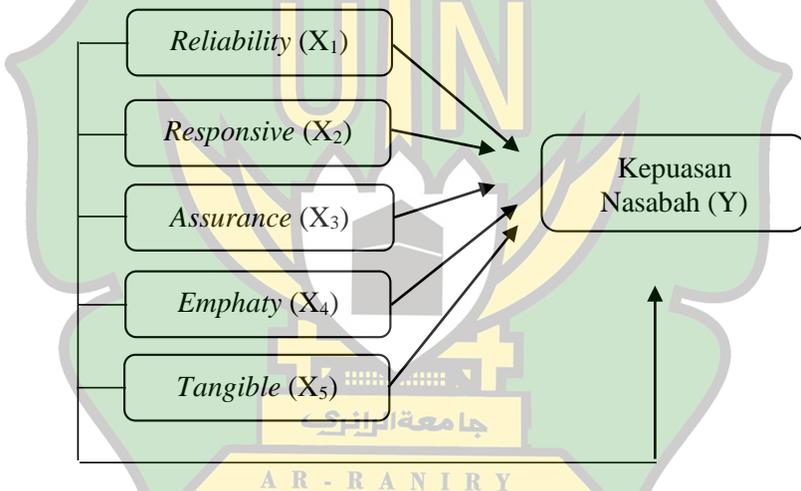
No	Identifikasi Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
	Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah	analisis regresi linier berganda	nasabah
6	Mastura (2018) Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah Studi Pada PT. Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh	Jenis penelitian kuantitatif. Populasi seluruh nasabah pada Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh analisis regresi linear berganda.	Hasil penelitian mengemukakan bahwa kualitas pelayanan dan kepercayaan nasabah secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, kepercayaan nasabah berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.
7	Wahab (2017) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan	Penelitian kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi linier berganda	<i>Reliability, responsiveness, Empathy, Assurance</i> dan <i>Tangible</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah

No	Identifikasi Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
	Nasabah Industri Perbankan Syariah di Pekanbaru		

2.5 Kerangka Pemikiran

Adapun kerangka pemikiran pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran



2.6 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan beberapa hasil penelitian terdahulu yang sudah dikemukakan di atas, maka peneliti membuat beberapa hipotesis yang dapat diajukan sebagai jawaban sementara terhadap permasalahan pada penelitian ini. Adapun hipotesis tersebut adalah sebagai berikut:

1. H0₁ : *Reliability* (kehandalan) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.
Ha₁ : *Reliability* (kehandalan) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.
2. H0₂ : *Responsive* (daya tanggap) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.
Ha₂ : *Responsive* (daya tanggap) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah..
3. H0₃ : *Assurance* (jaminan) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.
Ha₃ : *Assurance* (jaminan) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.
4. H0₄ : *Empathy* (empati) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.
Ha₄ : *Empathy* (empati) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah..
5. H0₅ : *Tangible, reliability, responsive, assurance, dan empathy* secara simultan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.
6. Ha₅ : *Tangible, reliability, responsive, assurance, dan empathy* secara simultan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Jenis penelitian yang dipakai yakni pendekatan kuantitatif. Dari Sugiyono (2018:8) metode kuantitatif ialah teknik yang dipakai dalam menyajikan hasil penelitian berbentuk angka-angka atau statistik. Azwar (2015:6) menjelaskan bahwa penelitian kuantitatif merupakan penelitian pengukuran atas data dengan angka yang mempunyai kaitan dengan penelitian. Arikunto (2013:27) menjelaskan lebih lanjut bahwa yang dimaksud dengan penelitian kuantitatif memakai banyaknya angka dalam mendapatkan hasil tertentu. Dari pengertian itu bisa diketahui bahwasanya penelitian kuantitatif ialah penelitian yang dilaksanakan dengan memproses dan menganalisis angka-angka sehingga mendapatkan hasil penelitian tertentu.

3.2 Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

3.2.1 Populasi Penelitian

Populasi merupakan bentuk keseluruhan dari objek atau objek yang ada pada suatu penelitian dimana biasanya berhubungan dengan daerah atau wilayah lingkup suatu penelitian atau sumber data dari suatu penelitian yang hendak dilakukan (Sugiyono,2016:80). Populasi pada penelitian ini nasabah Bank Aceh Kantor Pusat Operasional (KPO) yang jumlahnya 131.172 nasabah, yang bersumber dari KPO Bank Aceh tahun 2020.

3.2.2 Sampel Penelitian

Sampel merupakan termasuk dengan jumlah dan karakteristik yang ada pada populasi itu sendiri. Sudjana dan Ibrahim (2004) menerangkan jika sampel yakni sebagiannya oleh populasi yang bisa dijangkau hingga bersifat yang serupa terhadap populasi yang diambil sampel itu.

Penentuan sampel pada penelitian ini dilakukan dengan memakai rumus slovin karena populasi yang diketahui berjumlah lebih dari 100 responden. Dalam penelitian ini digunakan perhitungan sampel menurut rumus slovin (Sugiyono, 2013:37).

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

Dimana:

- n = ukuran sampel/ jumlah responden
- N = ukuran populasi
- e = Persentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa ditolerir ; 0,1

$$n = \frac{131.172}{1 + 131.172 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{131.172}{1 + 1311,72}$$

$$n = \frac{131.172}{1312,72}$$

$$n = \frac{131.172}{1312,72}$$

$$n = 99,92 \text{ digenapkan} = 100$$

Teknik pengambilan sampel yang dipakai pada penelitian ini yaitu *nonprobability sampling* melalui teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* ialah metode penentuannya sampel atas pertimbangan tertentu seperti kecukupan data yang dibutuhkan. *Purposive sampling* bertujuan agar mendapatkan satuan sampel yang mempunyai karakteristik yang dikehendaki (Muhana, 2020).

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data ialah prosedur yang sistematis dan standar dalam mendapatkan data yang dibutuhkan (Nazir, 2009:174). Agar bisa mendapatkan data yang berkaitan, dalam penelitian ini peneliti memakai metode pengumpulan data memakai angket dokumentasi dan observasi.

3.3.1 Kuesioner

Kuesioner ialah metode pengumpulan data yang dilaksanakan yang caranya memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan secara tertulis untuk respondennya agar dijawabkan (Sugiyono, 2017:134). Kuesioner bertujuan untuk mengetahui respon seseorang terhadap variabel tertentu (Setiawan dan Ayuningtyas, 2021). Adapun kuesioner ialah salah satu alat yang dipakai peneliti dalam meminta informasi kepada responden terhadap suatu variabel yang sedang atau akan diteliti. Kuesioner disebarkan dengan cara peneliti datang langsung ke Bank Aceh Pusat dengan menunggu nasabah selesai segera urusannya dengan pihak bank yang kemudian baru peneliti mintai sedikit waktu untuk mengisi kuesioner.

Pertanyaan dalam kuesioner berisi butir-butir jawaban positif (*favorable*). Jawaban pada setiap item pada angket memakai skala likert yang berisi lima alternatif pilihan. *Skala linert* dipakai dalam mengukur pengaruh kualitas pelayanan prima terhadap kepuasan nasabah. Sugiyono (2017:134) menjelaskan bahwasanya *skala likert* merupakan skala yang bisa dipergunakan dalam mengukur sikap, pendapat, dan persepsinya suatu orang atau sekelompok orang tentang sebuah gejala atau fenomena pendidikan. Jenis angket yang dipakai pada penelitian ini ialah kuesioner tertutup yakni pilihan jawabannya telah ditentukan dari penelitiannya lalu responden cukup memilih saja (Suliyanto, 2009) dalam Muhada (2020). Adapun untuk pengukuran *skala likert* bisa diperhatikan di Tabel 3.1.

Tabel 3.1
Skala Likert

Pilihan Jawaban	Kode	Bobot Jawaban
Sangat Tidak Setuju	STS	1
Tidak Setuju	TS	2
Ragu-ragu	R	3
Setuju	S	4
Sangat Setuju	SS	5

Sumber: Sugiyono (2017:134)

Pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner dari variabel dan indikatornya seperti berikut. Variabel-variabel yang akan diukur yaitu pelayanan prima dan kepuasan nasabah diukurnya dengan memakai skala likert 1 hingga 5. Respondennya dimintai agar memberi konfirmasi terhadap pernyataan-pernyataan yang diberikan pada skala 1 sebagai jawaban “Sangat Tidak Setuju”, jawaban 2 bagi

“Tidak Setuju”, 3 bagi “Ragu-Ragu”, 4 bagi “Setuju”, 5 bagi “Sangat Setuju”.

3.3.2 Dokumentasi

Dokumentasi merupakan salah satu teknik yang ditempuh peneliti dalam mendapatkan memperoleh data dalam rangka mendukung penelitian yang dilakukan. Indrawan dan Yuniawati (2016:136) menjelaskan teknik dokumentasi ialah salah satu caranya yang dipakai oleh peneliti dalam pengumpulan data atau informasi seperti catatan yang tertulis atau dalam bentuk gambar yang terarsip hingga berhubungan pada permasalahan yang sedang diteliti.

Sugiyono (2017:240) menjelaskan dokumentasi menjadi catatannya fenomena yang telah diteliti bisa dalam bentuk tulisan, gambar atau karya-karya monumentalnya oleh seseorang. Teknik dokumentasi ini sangat diperlukan karena merupakan usaha dalam mendapatkan data-data pelengkap untuk mendukung penelitian yang dikerjakan (Dasima et all, 2021).

Berdasarkan definisi itu bisa disimpulkan bahwasanya teknik dokumentasi ialah salah satu metode pengumpulan data yang ditempuh dengan cara menelaah catatan peristiwa, gambar, karya-karya dan sebagainya yang berhubungan pada permasalahan penelitian yang hendak dilakukan. Selain dokumentasi, pengumpulan data juga dapat ditempuh dengan cara observasi.

3.3.3 Observasi

Observasi ialah salah satunya metode yang bisa dilaksanakan untuk mendapatkan data yang dipakai di penelitian. Observasi dilakukannya dengan mengamati dan disertai pencatatan atas kondisi atau perilaku dari objek sasaran penelitian (Fatoni, 2011:104). Sofiyanti (2020) menjelaskan observasi sebagai metode yang ditempuh untuk mengumpulkan data dengan dilakukan pengamatan pada gejala-gejala yang ada di lapangan.

Dari pengertian itu bisa disimpulkan bahwasanya observasi ialah suatu metode atau cara yang dapat dilaksanakan untuk mengumpulkan data penelitian dimana cara yang dimaksud yakni dengan mengamati serta mencatat gejala atau kejadian yang terjadi di lapangan.

3.4 Definisi dan Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2017:38) variabel penelitian ialah suatu hal bentuk apa yang telah ditentukan dari peneliti yang dipakai sebagai dipelajari, maka akan didapati informasi akan sesuatu tersebut untuk mendapatkan kesimpulan. Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini ialah kepuasan nasabah (Y). Sedangkan yang menjadi variabel independen adalah *reability* (X_1), *responsive* (X_2), *assurance* (X_3), *emphaty* (X_4) dan *tangible* (X_5). Untuk lebih jelasnya dapat dilihat di Tabel 3.2.

Tabel 3.2
Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala pengukuran	Skala
<i>Independent Variable (Variabel Bebas)</i>					
1	<i>Reliability</i>	<i>Reliability</i> yakni kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan. (Tjiptono, 2014)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kecermatan petugas 2. Standar pelayanan 3. Kemampuan menggunakan peralatan 	1-5	Interval
2	<i>Responsive</i>	<i>Responsive</i> yaitu keinginan para staf untuk membantu para nasabah dan memberikan pelayanan dengan tanggap. (Tjiptono, 2014)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Merespon pelanggan 2. Pelayanan cepat, tepat, dan cermat 3. Merespon semua keluhan 	1-5	Interval
3	<i>Assurance</i>	<i>Assurance</i> mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat yang dapat dipercaya yang dimiliki staf; bebas dari bahaya, resiko dan keragu-raguan. (Tjiptono, 2014)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jaminan tepat waktu 2. Jaminan legalitas 3. Jaminan biaya 	1-5	Interval
4	<i>Emphaty</i>	<i>Emphat</i> meliputi kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sikap ramah 2. Pelayanan tanpa memandang status sosial 3. Sikap menghargai 	1-5	Interval

		pemahaman atas kebutuhan individual nasabah. (Tjiptono, 2014)			
5	<i>Tangible</i>	<i>Tangible</i> meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi. (Tjiptono, 2014)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penampilan pegawai 2. Kenyamanan tempat 3. Kemudahan proses 4. Kedisiplinan pegawai 5. Penggunaan alat bantu 	1-5	Interval
Dependent Variable (Variabel Terikat)					
6	Kepuasan Nasabah	Philip Kotler mengatakan bahwa “kepuasan merupakan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan antara hasil kerja produk/jasa yang diterima dengan apa yang diharapkan” (Kotler : 2009)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesesuaian harapan 2. Minat berkunjung kembali 3. Kesiediaan merekomendasi 	1-5	Interval

Sumber: Sugiyono (2017:38)

3.5 Pengujian Instrumen Penelitian

3.5.1 Uji Validitas

Uji Validitas ialah persamaannya data yang dilaporkan dari peneliti terhadap data yang didapati langsung yang ada di subyek penelitian (Sugiyono, 2018:267). Uji validitas dipakai dalam mengukur sah/ valid atau tidak sebuah angket. Sebuah angket dinyatakan sah/ valid bila pertanyaannya di angket mampu dalam

mengungkapkan sesuatu yang akan di ukur dari kuesioner itu sendiri (Ghozali, 2018). Uji validitas dilakukan dengan dibandingkan diantara nilai r hitung dan nilai r tabel dengan signifikansinya (α) = 0,05

1. Bila r hitung > dari tabel dan bernilai r positif, jadi item pernyataannya valid
2. Bila r hitung < dari tabel jadi pernyataannya bisa disebut tidak valid.

3.5.2 Uji Reliabilitas

Reabilitas ialah instrumen atau pengujian yang dipakai dalam pengukuran sebuah angket yang merupakan indikatornya dari variabel atau konstruk. Sebuah kuesioner akan dinyatakan reliable/handal bila jawabannya seseorang akan pernyataan yakni konsisten/stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2018). Pengujian reliabilitas dipakai sebagai penetapan apakah instrumentnya pada hal ni angket dapat dimanfaatkan oleh responden yang sama (Umar, 2009).

Pada pengujian ini *Alpha cronbach's* merupakan koefisien dari keandalan yang membuktikan seberapa baiknya butir pada sebuah sekumpulan dengan positif berkolerasi satu sama lainnya. *Alpha cronbach's* di hitung pada hal rerata interkorelasi antar butir yang mengukur konsep. *Alpha cronbach's* dapat diterima jika > 0,6. Makin dekatnya *alpha cronbach's* terhadap angka 1 (satu) makin tingginya keandalannya konsisten internal.

3.6 Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi klasik dipakai dalam menentukan jika model regresi yang diperoleh pada analisis ialah model regresi yang tidak bias, harus dilakukannya uji gejala penyimpangan asumsi model klasik. Adapun uji asumsi klasik pada penelitian ini mencakup:

3.6.1 Uji Normalitas

Model regresi yang bagus merupakan model regresi yang memiliki nilai residual yang terdistribusi dengan normal. Uji normalitas digunakan dengan tujuan mengkaji apakah nilai residual terdistribusi secara normal (Priyatno, 2011). Dengan demikian pada pengujian ini bukanlah tiap-tiap variabel independennya dan dependen naum nilai residualnya yang diperoleh melalui model regresi. Model regresi yang baik berresidual yang terdistribusi dengan normal.

3.6.2 Uji Multikolinieritas

Uji *Multikolonieritas* dipakai dalam menentukan model regresi tidak mengalami korelasinya antar variabel bebas. Multikolonieritas dideteksi dengan memakai nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). *Tolerance* mengukur variabilitas variabel bebas yang terpilih yang tidak bisa diterangkan oleh variabel bebas yang terpilih yang tidak bisa diterangkan dari variabel bebas lain. bila nilai *tolerance* yang kecuali sama seperti nilai VIF yang besar (sebab $VIF=1/tolerance$) dan membuktikan terdapat kolinearitas yang besar. Nilai *cotuff* yang umumnya digunakan yakni

nilai *tolerance* 0,10 atau sama dengan nilai VIF kurang dari 10 (Ghozali, 2018:105).

3.6.3 Uji Heterokedastisitas

Berdasarkan Umar (2011:179) pengujian ini tujuannya sebagai mengidentifikasi apakah pada suatu model regresi mengalami ketidaksamaannya varians dari residual sebuah pengamatan ke pengamatan lainnya. Bila varians sebuah residual pengamatan lainnya konstanta, dinyatakan homoskedastisitas, sedangkan bagi varians yang lain yakni *heterokedastisitas*. Model regresinya yang baik yakni terbebas *heterokedastisitas*. Uji *Heterokedastisitas* pada penelitian ini memakai uji *scatter plot* maka di lihat dengan data disebarkan bukanlah tingkatan signifikans, terhadap kriteria bila mengalami penyebaran dan tidak beratur jadi terbebas *heterokedastisitas*, begitupun kebalikannya.

3.7 Metode Analisis Data

Metode analisis data yang dipakai pada penelitian ini ialah analisis regresi linier berganda dengan data *time series* (runtutan waktu). Analisis linier regresi berganda ialah pengembangannya sebuah regresi linier sederhana, yakni sama-sama instrumen yang bisa dipakai dalam mengidentifikasi pengaruh satu atau lebih variabel bebas akan sebuah variabel dependennya (Siregar, 2013:301).

3.7.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi Linear berganda dipakai dalam meramal bagaimanakah kondisi (naik turun) variabel dependen, jika dua bahkan lebih (Sugiyono, 2018:36). Analisis Regresi Linear Berganda dipakai dalam mengukur seberapa besarnya kepengaruhannya variabel bebas akan variabel terikat. Dari penelitian ini yang sebagai variabel bebas yakni Pelayanan Prima (X_1) adapun yang jadi variabel Dependen ialah Kepuasan Nasabah (Y).

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \varepsilon$$

atau,

$$\text{Kepuasan Nasabah} = \alpha - \beta_1 \text{DPK} + \beta_2 \text{CAR} + \beta_3 \text{NPF} - \beta_4 \text{ROA} - \beta_5 \text{NPF} + \varepsilon$$

Dimana:

α	: Konstanta
X_1, X_2, X_3, X_4, X_5	: Variabel
$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5$: Koefisien variabel
ε	: error term

3.8 Uji Determinasi (R^2)

Dari Ghozali (2018:137) uji koefisien determinasi (R^2) dipakai dalam pengukuran seberapa jauhnya potensi model pada menjelaskan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi ialah nol hingga satu. Nilai R^2 yang kecil artinya potensi variabel-variabel bebas untuk menerangkan variasi variabel dependen cukup terbatas. Nilai yang mendekati satu artinya variabel-variabel bebas memberi hampir seluruh informasinya yang diperlukan dalam memprediksi variasi variabel dependen.

3.9 Pengujian Hipotesis

3.9.1 Pengujian Parsial (t)

Uji parsial dilakukan sebagai mengetahui pengaruh diantara variabel independen terhadap variabel dependen dengan parsial/ tiap-tiap cara dibandingkan t-statistik terhadap t tabel dengan ketentuannya:

1. Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka terdapat pengaruh diantara variabel X tiap-tiap variabelnya Y (H_0 ditolak dan H_a diterima).
2. Jadi $t_{hitung} < t_{tabel}$, jadi tidak terdapat pengaruhnya diantara variabel X tiap-tiap variabel Y (H_0 diterima dan H_a ditolak).

3.9.2 Pengujian Simultan (F)

Pengujian simultan dilakukan sebagai mengetahui pengaruh antara variabel independen pada variabel dependen dengan simultan/ bersama-sama dengan cara membandingkan F-statistik dengan F tabel dengan ketentuan:

1. Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$, jadi H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti tiap-tiap variabel independennya secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan pada variabel dependen.
2. Jik $F_{hitung} < F_{tabel}$, jadi H_0 diterima dan H_a ditolak, berarti tiap-tiap variabelnya independen secara bersama-sama tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Bank Aceh

4.1.1 Sejarah Bank Aceh

Bank Aceh ialah bank milik pemerintah Aceh yang didirikannya di tahun 1973. Pendirian Bank Aceh dilakukan dengan tujuannya menambah perekonomiannya masyarakat Aceh. Bank Aceh didirikan dengan nama Bank Pembangunan Daerah Aceh (BPD Aceh) yang berlokasikan di Ibukota Daerah Aceh yakni Banda Aceh.

Pemerintah Aceh mempelopori berdirinya Bank Aceh karena menganggap perlunya ada lembaga keuangan yang bisa mempermudah Pemerintah Aceh untuk melakukan aktivitas perekonomian untuk menunjang pembangunan di Aceh. Tidak hanya Pemerintah Aceh, Tokoh Masyarakat dan Pengusaha Swasta yang ada di Aceh yang memiliki pemikiran yang sama juga menjadi pelopor berdirinya Bank Aceh di tanah Serambi Mekkah.

Bank Aceh didirikan dengan modal awal hanya sebesar Rp. 25.000.000.00 dengan beberapa orang yang mewakili Pemerintah Aceh dalam menghadap Wakil Notaris bertujuan melahirkan suatu bank yang berbentuk Perseroan Terbatas yang di kenal sebagai PT. Bank Kesejahteraan Atjeh NV. Nama ini didapat di tanggal 12 Februari 1960 melalui izin Menteri Keuangan sesudah beberapa kalinya membuat pergantian Akta dengan SK No.12096/BUM/II dan Pengesahan Bentuk Hukum dari Menteri Kehakiman melalui SK No.12096/BUM/II.

Gubernur Kepala Daerah Istimewa Aceh mengeluarkan SK No. 54/1973 pada tanggal 7 April 1973 tentang “Penetapan Pelaksanaan Pengalihan PT. Bank Kesejahteraan Aceh NV menjadi Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh”. Perubahannya badan hukum ini berdasarkan dengan keikutsertaan terhadap jalannya program rekapitulasi berbentuk meningkatkan permodalan bank yang ditentukan dan telah resmi dilakukan dengan ada Keputusan Bersama Menteri Keuangan Republik Indonesia berserta Gubernur BI No. 53/KMK.017/1999 dan No. 31/21/KEP/GBI tanggal 8 Februari 1999 tentang Pelaksanaan Program Rekapitalisasi Bank Umum.

Di tahun 2008 menurut Akta Notaris Husni Usman mengenai peningkatannya modal dasar menurut Pernyataan Keputusan Rapat Nomor 10. Tanggal 15 Desember 2008 yang membuktikan modal dasarnya bank ditingkatkan jadi Rp1.500.000.000.000. terdapat peningkatannya modal dasar dilihat dari berubah nama awalnya PT. Bank BPD Aceh jadi PT. Bank Aceh yang diresmikannya oleh Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia No. AHU-44411.AH.01.02 Tahun 2009 pada tanggal 9 September 2009 dan sudah disahkan dari Keputusan Gubernur BI No. 12/61KEP.GBI/2010 tanggal 29 September 2010.

Perbankan Syariah di Indonesia secara sistem lewat dijalankan di tanggal 5 November 2004. Tersebut sesuai dengan surat BI No.6/4/Dpb/BNA tanggal 19 oktober 2004 mengenai Izin Pembukaan Kantor Cabang Syariah Bank pada kegiatan komersial

Bank. Peraturan tersebut tujuannya sebagai memperluas kegiatan operasional dengan tidak hanya terbatas pada bidang komersil akan tetapi juga termasuk pada bidang yang berstandar syariah.

Pada tanggal 25 Mei 2015 dilakukan Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa (RUPS) yang memperoleh hasil bahwasanya bank Aceh perlu membuat perubahannya aktivitas usaha dengan keseluruhan oleh sistem konvensional jadi sistem syariah dengan menyeluruhnya. Hasil RUPS lalu ditindaklanjuti dengan tim konversi Bank Aceh dengan ada di bawah pengawasannya Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Usaha bagi mengkonversi Bank Aceh ke sistem syariah mendapatkan hasil yang memuaskan seta didapati perizinan operasional dari Dewan Komisiner OJK Pusat yang ditentukan menurut Keputusan dewan Komisiner OJK Nomor. KEP-44/03/206 tanggal 1 September 2016 Perihal Pemberian Izin Perubahan Syariah.

Bank Aceh resmi menjalankan sistem syariah untuk melaksanakan usaha dihitung dari 1 September 2016 hingga berubahnya nama jadi Bank Aceh Syariah. Proses perubahan itu diharap bisa memberi perubahan besar dan baik untuk segala elemen kehidupannya masyarakat Aceh, terlebihnya lagi masyarakat Aceh agama Islam dan wajib hukum bermuamalah bersistem syariah.

Sekarang ini (Desember 2021) Bank Aceh Syariah beralamatkan kantor pusat di Jalan Mr. Mohd. Hasan No. 89 Batoh Banda Aceh. Hingga di September 2018, Bank Aceh Syariah sudah terdapat 170 jaringan kantor berisikan 1 Kantor Pusat, 1 Kantor

Pusat Operasional, 25 Kantor Cabang, 88 Kantor Cabang Pembantu, 25 Kantor Kas, 12 Mobil Kas Keliling tersebar pada wilayah Provinsi Aceh adapun di kota Medan, dan 18 *Payment Point* (www.bankaceh.co.id).

4.1.2 Visi dan Misi Bank Aceh

1. Visi Bank Aceh

Mewujudkan Bank Aceh menjadi bank yang sehat, tangguh, handal, terpercaya dan dapat memberikan nilai tambah yang tinggi serta terdepan dalam pelayanan kepada mitra dan masyarakat di Indonesia.

2. Misi Bank Aceh

Menjadi penggerak pertumbuhan ekonomi dan pembangunan pengembangan dunia usaha dan pemberdayaan ekonomi rakyat, serta memberi nilai tambah kepada pemilik dan kesejahteraan kepada karyawan, nasabah, *stakeholder* untuk menerapkan prinsip syariah dalam rangkang mewujudkan visi.

4.1.3 Produk Bank Aceh

Tabel 4.1
Produk yang terdapat pada Bank Aceh

No	Dana	Pembiayaan	Jasa	Fitur
1	Tabungan Seulanga	Pembiayaan <i>Murabahah</i>	Rahn (Gadai Emas)	ATM Bank Aceh
2	Tabungan Aneka Guna	Pembiayaan <i>Musyarakah</i>	Bank Garansi Syariah	BPDNet Online

3	Tabungan SIMPEDA	Pembiayaan <i>Mudharabah</i>		MEPS (Malaysia Exchange Payment System)
4	TabunganKu	Pembiayaan <i>Wakalah</i>		SMS Banking
5	Tabungan Haji Akbar	Pembiayaan <i>Ijarah</i>		M-ATM Bersama
6	Tabngan Firdaus	Pembiayaan Pensiun		Transfer, Kliring, RTSG
7	Tabungan Sahara			Pendaftaran Haji
8	Giro Bank Aceh			Pembelian Pulsa Handphone
9	Deposito Bank Aceh			Pembayaran tagihan Handphone
10	Deposito <i>Mudharabah</i>			Pembayaran Listrik
11	Giro <i>Wadi'ah</i>			
12	Simpanan Pensiun			

Sumber: www.bankaceh.co.id

Bank Aceh hingga dengan saat ini sudah menawarkan produk dan jasa yang beraneka ragam. Penghimpunan dana lewat giro deposito dan tabungan. Penyaluran dananya mencakup Pembiayaan *murabahah* pembiayaan *musyarakah*, pembiayaan *mudharabah*, pembiayaan *wakalah* dan pembiayaan *ijarah*. Layanan dan jasa adapun Rahn atau gadai emas, Bank Garansi Syariah ATM, BPDNet Online, *Malaysian Exchange Payment System* (MEPS), SMS Banking dan M-ATM Bersama.

4.2 Karakteristik Responden

Peneliti sudah memperoleh data respondennya pada penelitian ini lewat menyebar angket yang sudah disebarakan sebelumnya kepada 100 responden. Karakteristik responden yang diperoleh diantaranya jenis kelamin, umur, pendidikan, pekerjaan dan lama menjadi nasabah Bank Aceh. Sebelum melakukan analisis data, sebelumnya penulis memaparkan data tersebut. Berikut merupakan kualifikasi responden menurut jenis kelamin:

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Pria	63	63 %
2	Wanita	37	37 %
	Jumlah	100	100%

Sumber: Data diolah (2021)

Dari Tabel 4.2 bisa diperhatikan jika respondennya secara jenis kelamin Pria sebanyak 63 orang atau 63% dan jumlah responden wanita banyaknya 37 orang atau 37%. Dengan demikian berdasarkan jenis kelamin responden dalam penelitian ini didominasi dengan pria dengan 63%. Berdasarkan kualifikasi umur responden, peneliti mengklasifikasikan responden menjadi 5 kategori yakni < 20 tahun, 20–30 tahun, > 30–40 tahun, > 40-50 tahun dan > 50 tahun. Adapun responden menurut umur adalah sebagai berikut:

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

No	Umur	Jumlah	Persentase
1	< 20 tahun	24	24%
2	20 - 30 tahun	43	43%
3	> 30 - 40 tahun	21	21%
4	> 40 - 50 tahun	9	9%
5	> 50 tahun	3	3%
	Total	100	100%

Sumber: Data diolah (2021)

Dari Tabel 4.3 bisa diperhatikan bahwa responden menurut kelompok umur. Adapun responden dengan umur <20 tahun banyaknya 24 orang (24%), responden dengan umur 20-30 tahun banyaknya 43 orang (43%), responden dengan umur >30 – 40 tahun banyaknya 21 orang (21%), responden dengan umur >40 – 50 tahun banyaknya 9 orang (9%) dan responden dengan umur >50 tahun banyaknya 3 orang (3%). Berdasarkan data tersebut dapat dilihat berdasarkan klasifikasi umur responden paling banyak pada 20 – 30 tahun dengan jumlah 43 orang (43%) dan paling sedikit >50 tahun dengan jumlah 3 orang (3%).

Berdasarkan kualifikasi pendidikan terakhir, peneliti mengklasifikasikan karakteristik responden menjadi lima kategori yakni SD/MI, SMP/MTs, SMA/SMK/MA, Diploma, dan S1/S2/S3. Adapun karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir adalah sebagai berikut:

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah	Persentase
1	SD/MI	2	2%
2	SMP/MTs	3	3%
3	SMA/SMK/MA	29	29%
4	Diploma	4	4%
5	S1/S2/S3	62	62%
	Total	100	100%

Sumber: Data diolah (2021)

Dari Tabel 4.4 bisa diperhatikan bahwa responden dari kelompok pendidikan terakhir. Adapun responden dengan pendidikan SD/MI berjumlah 2 orang (2%), responden dengan pendidikan SMP/MTs berjumlah 3 orang (3%), responden dengan pendidikan SMA/SMK/MA banyaknya 29 orang (29%), responden dengan pendidikan Diploma banyaknya 4 orang (4%) dan responden dengan pendidikan S1/S2/S3 banyaknya 62 orang (62%). Berdasarkan data tersebut responden paling banyak berada pada pendidikan S1/S2/S3 dengan 62 orang (62%) dan paling sedikit pada pendidikan SD/MI dengan jumlah 2 orang (2%).

Berdasarkan kualifikasi jenis pekerjaan, peneliti mengklasifikasikan karakteristik responden menjadi lima kategori yakni Pelajar/ Mahasiswa, PNS/Guru/TNI/Polri, Karyawan Swasta, Tidak Bekerja/ Pensiunan dan Lainnya. Adapun karakteristik responden dari jenis pekerjaan yakni seperti berikut:

Tabel 4.5
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah	Persentase
1	Pelajar/Mahasiswa	33	33%
2	PNS/Guru/TNI/Polri	30	30%
3	Karyawan Swasta	13	13%
4	Tidak Bekerja/Pensiunan	4	4%
5	Lainnya	20	20%
	Total	100	100%

Sumber: Data diolah (2021)

Dari Tabel 4.5 bisa diperhatikan bahwa responden menurut kelompok jenis pekerjaan. Adapun responden dengan pekerjaan Pelajar/ Mahasiswa banyaknya 33 orang (33%), responden dengan pekerjaan PNS/ Guru banyaknya 30 orang (30%), responden dengan pekerjaan Karyawan Swasta banyaknya 13 orang (13%), responden dengan pekerjaan Tidak Bekerja/ Pensiunan banyaknya 4 orang (4%) dan responden dengan kategori Lainnya banyaknya 20 orang (20%). Berdasarkan data tersebut responden paling banyak berada pada pekerjaan Pelajar/ Mahasiswa dengan jumlah 33 orang (33%) dan paling sedikit kategori Tidak Bekerja/ Pensiunan dengan jumlah 4 orang (4%).

Berdasarkan kualifikasi lama menjadi nasabah, peneliti mengklasifikasikan karakteristik responden menjadi 6 kategori yakni < 1 tahun, 1-5 tahun, > 5-10 tahun, >10-15 tahun, > 15-20 tahun dan > 20 tahun. Adapun karakteristik responden dari lamanya menjadi nasabah adalah sebagai berikut:

Tabel 4.6
Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah

No	Waktu	Jumlah	Persentase
1	<1 tahun	23	23%
2	1-5 tahun	45	45%
3	>5-10 tahun	15	15%
4	>10-15 tahun	13	13%
5	>15-20 tahun	6	6%
6	>20 tahun	-	-
	Total	100	100%

Sumber: Data diolah (2021)

Dari Tabel 4.6 bisa diperhatikan bahwa responden dari kelompok lamanya menjadi nasabah. Adapun responden dengan lama jadi nasabah <1 tahun banyaknya 23 orang (23%), responden dengan lama menjadi nasabah 1 – 5 tahun banyaknya 45 orang (45%), responden dengan lamanya jadi nasabah >5 – 10 tahun banyaknya 15 orang (15%), responden dengan lamanya menjadi nasabah >15 – 20 banyaknya 6 orang (6%) dan responden yang lamanya jadi nasabah >20 tahun banyaknya tidak ada (0%). Berdasarkan data tersebut dapat dilihat kategori jumlah terbanyak pada kategori 1 – 5 tahun yakni 45 orang (45%) dan paling sedikit atau bahkan tidak ada >20 tahun dengan nol persen (0%).

4.3 Deskriptif Variabel Penelitian

4.3.1 Deskriptif Variabel *Tangible*

Pada penelitian ini, variabel *tangible* berisikan 5 pernyataan. Adapun hasil tanggapan responden akan tiap-tiap pernyataannya adalah sebagai berikut:

Tabel 4.7
Distribusi Frekuensi Responden Variabel *Tangible*

No	Item	STS	TS	R	S	SS	Rata-rata
P1	Pegawai Bank Aceh berbusana rapi dan sesuai syariat Islam	1	8	8	57	26	3,99
P2	Bank Aceh mempunyai ruang tunggu yang nyaman	-	1	9	65	25	4,14
P3	Bank Aceh memiliki area parkir yang memadai	-	9	15	60	16	3,75
P4	Proses pembukaan tabungan atau rekening sangat mudah	-	5	5	65	25	4,10
P5	Pegawai Bank Aceh selalu berada pada tempatnya saat nasabah membutuhkan	-	2	9	71	18	4,05
Total rata-rata							4,00

Sumber: Data diolah (2021)

Dari Tabel 4.7 dapat dilihat bahwasanya nilai total rerata variabel *tangible* yakni 4,00. Hal ini membuktikan jika mayoritasnya responden jawab setuju jika variabel *tangible* menjadi salah satu penyebabnya atau faktor kepuasan nasabah pada Bank Aceh. Nilai rata-rata yang tertinggi pada item P2 yakni 4,14 terkait Bank Aceh mempunyai ruang tunggu yang nyaman. Sedangkan untuk nilai rata-rata terendah paa item P3 yakni 3,75 terkait Bank Aceh memiliki area parkir yang memadai.

4.3.2 Deskriptif Variabel *Reliability*

Pada penelitian ini, variabel *reliability* berisikan 3 pernyataan. Adapun hasil tanggapannya responden akan tiap-tiap pernyataannya adalah sebagai berikut:

Tabel 4.8
Distribusi Frekuensi Responden Variabel *Reliability*

No	Item	STS	TS	R	S	SS	Rata-rata
P6	Pegawai Bank Aceh melakukan pencatatan dengan teliti dalam setiap transaksi	-	2	3	68	27	4,21
P7	Pegawai Bank Aceh selalu memberikan salam kepada nasabah ketika selesai memberikan pelayanan.	1	1	9	55	34	3,65
P8	Pegawai Bank Aceh mampu menggunakan alat yang disediakan dalam melayani nasabah	-	3	8	55	34	4,22
Total rata-rata							4,02

Sumber: Data diolah (2021)

Dari Tabel 4.8 dapat dilihat bahwasanya nilai total rerata variabel *reliability* yakni 4,02. Hal ini membuktikan jika mayoritasnya responden menjawab setuju jika variabel *reliability* menjadi salah satu penyebabnya atau faktor kepuasan nasabah pada Bank Aceh. Nilai rata-rata yang tertinggi pada item P8 yakni 4,22 terkait Pegawai Bank Aceh mampu menggunakan alat yang

disediakan dalam melayani nasabah. Sedangkan untuk nilai rata-rata terendah pada item P7 yakni 3,65 terkait Pegawai Bank Aceh selalu memberikan salam kepada nasabah ketika selesai memberikan pelayanan.

4.3.3 Deskriptif Variabel *Responsive*

Pada penelitian ini, variabel *responsive* berisikan 3 pernyataan. Adapun hasil tanggapannya responden akan tiap-tiap pernyataannya adalah sebagai berikut:

Tabel 4.9
Distribusi Frekuensi Responden Variabel *Responsive*

No	Item	STS	TS	R	S	SS	Rata-rata
P9	Pegawai Bank Aceh tanggap dalam memenuhi kebutuhan nasabah dalam bertransaksi	2	2	13	64	19	3,97
P10	Pegawai Bank Aceh memberikan pelayanan yang cepat dan tepat	2	7	19	54	18	3,78
P11	Bank Aceh merespon semua keluhan (komplain) yang dikeluhkan oleh nasabah dengan cepat	1	5	21	57	16	3,80
Total rata-rata							3,85

Sumber: Data diolah (2021)

Dari Tabel 4.9 dapat dilihat bahwasanya nilai total rerata variabel *responsive* yakni 3,85 atau hampir mencapai angka 4,00. Hal ini membuktikan jika mayoritasnya responden menjawabkan setuju bahwasanya variabel *responsive* menjadi salah satu penyebabnya atau faktor kepuasan nasabah pada Bank Aceh. Nilai rata-rata yang tertinggi pada item P9 yakni 3,97 terkait Pegawai Bank Aceh tanggap dalam memenuhi kebutuhan nasabah dalam bertransaksi. Sedangkan untuk nilai rata-rata terendah paa item P10 yakni 3,78 terkait Pegawai Bank Aceh memberi pelayanan yang cepat dan tepat.

4.3.4 Deskriptif Variabel Assurance

Pada penelitian ini, variabel *Assurance* berisikan 3 pernyataan. Adapun hasil tanggapannya responden akan tiap-tiap pernyataannya adalah sebagai berikut:

Tabel 4.10
Distribusi Frekuensi Responden Variabel Assurance

No	Item	STS	TS	R	S	SS	Rata-rata
P12	Bank Aceh memberi pelayanan sesuai waktu operasional	-	-	5	68	27	4,22
P13	Nasabah membayar biaya yang sedikit untuk administrasi	-	1	24	59	16	3,89
P14	Nasabah membayar biaya yang sedikit untuk administrasi	-	1	15	62	22	4,02
Total rata-rata							4,04

Sumber: Data diolah (2021)

Dari Tabel 4.10 dapat dilihat bahwasanya nilai total rerata variabel *assurance* yakni 4,04. Ini membuktikan jika mayoritasnya responden menjawabkan setuju jika *assurance* menjadi salah satu penyebab atau faktor kepuasan nasabah pada Bank Aceh. Nilai rata-rata yang tertinggi pada item P12 yakni 4,22 terkait Bank Aceh memberi pelayanan sesuai waktu operasional. Sedangkan untuk nilai rata-rata terendah pada item P13 yakni 3,89 terkait Nasabah membayar biaya yang sedikit untuk administrasi.

4.3.5 Deskriptif Variabel *Emphaty*

Pada penelitian ini, variabel *Emphaty* berisikan 3 pernyataan. Adapun hasil tanggapannya responden akan tiap-tiap pernyataannya adalah sebagai berikut:

Tabel 4.11
Distribusi Frekuensi Responden Variabel *Emphaty*

No	Item	STS	TS	R	S	SS	Rata-rata
P15	Pegawai Bank Aceh bersikap sopan dan ramah terhadap nasabah	-	2	11	53	34	4,20
P16	Bank Aceh tidak memandang status sosial dalam memberikan pelayanan	-	9	7	56	28	4,05
P17	Pegawai Bank Aceh mengutamakan kepentingan nasabah ketika bertransaksi	-	6	8	60	26	4,09
Total rata-rata							4,11

Sumber: Data diolah (2021)

Dari Tabel 4.11 dapat dilihat nilai total rerata variabel *emphaty* yakni 4,11. Tersebut menunjukkan mayoritas responden menjawab setuju bahwa variabel *emphaty* menjadi salah satu penyebab kepuasan nasabah pada Bank Aceh. Nilai rata-rata yang tertinggi pada item P15 yakni 4,20 terkait Pegawai Bank Aceh bersikap sopan dan ramah terhadap nasabah. Sedangkan untuk nilai rata-rata terendah pada item P16 yakni 4,05 terkait Bank Aceh tidak memandang status sosial dalam memberikan pelayanan.

4.3.6 Deskriptif Variabel Kepuasan Nasabah

Pada penelitiannya ini, variabel Kepuasan Nasabah berisikan 3 pernyataan. Adapun hasil tanggapannya responden akan tiap-tiap pernyataannya adalah sebagai berikut:

Tabel 4.12
Distribusi Responden Variabel Kepuasan Nasabah

No	Item	STS	TS	R	S	SS	Rata-rata
P18	Pegawai Bank Aceh bersikap sopan dan ramah terhadap nasabah	-	8	34	49	9	3,62
P19	Bank Aceh tidak memandang status sosial dalam memberikan pelayanan	-	1	13	59	27	4,13
P20	Pegawai Bank Aceh mengutamakan kepentingan nasabah ketika bertransaksi	-	6	29	57	8	3,64
Total rata-rata							3,79

Sumber: Data diolah (2021)

Dari Tabel 4.12 dapat dilihat bahwasanya nilai total rerata variabel kepuasan nasabah ialah 3,79 hampir mendekati nilai 4,00 yang berarti mayoritas responden menjawab setuju akan variabel kepuasan nasabah.

4.4 Uji Instrumen Penelitian

4.4.1 Uji Validitas

Uji Validitas dilaksanakan dalam mengidentifikasi tingkat validitas seluruh pernyataan yang ada di instrument penelitian (kuesioner). Di penelitian ini untuk uji validitas dilakukannya menggunakan Program SPSS Versi 26 terhadap seluruh responden yang berjumlah 100 orang dengan 20 pertanyaan. Pengambilan keputusan menurut nilai r hitung (*Corrected Item-Total Correlation*) $>$ r table. Nilai r tabel senilai 0,1996 dengan α (*alpha*) 0,05. Hasil pengujian adalah sebagai berikut:

Tabel 4.13
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	<i>Corrected Item Total Correlation/</i> r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
<i>Tangible</i> (X1)	P1	1,000	0,1996	Valid
	P2	0,349	0,1996	Valid
	P3	0,326	0,1996	Valid
	P4	0,398	0,1996	Valid
	P5	0,216	0,1996	Valid
<i>Reliability</i> (X2)	P6	0,240	0,1996	Valid
	P7	0,220	0,1996	Valid
	P8	0,230	0,1996	Valid
<i>Responsive</i> (X3)	P9	0,255	0,1996	Valid
	P10	0,207	0,1996	Valid
	P11	0,210	0,1996	Valid
<i>Assurance</i> (X4)	P12	0,204	0,1996	Valid
	P13	0,260	0,1996	Valid

	P14	0,314	0,1996	Valid
<i>Emphaty</i> (X5)	P15	0,314	0,1996	Valid
	P16	0,375	0,1996	Valid
	P17	0,344	0,1996	Valid
	P18	0,386	0,1996	Valid
Kepuasan Nasabah (Y)	P19	0,371	0,1996	Valid
	P20	0,344	0,1996	Valid

Sumber: Data diolah (2021)

Dari Tabel 4.13 bisa diperhatikan jika semua pernyataannya pada kuesioner bernilai r hitung melebihi r tabel yakni 0,1996. Dari hal itu maka bisa disimpulkan bahwasanya seluruh pernyataannya yang terdapat di angket/kuesioner disebut valid.

4.4.2 Uji Reliabilitas

Pengujian Reliabilitas dilakukannya sebagai menyatakan apakah instrument penelitian yang digunakan dapat digunakna lebih dari satu kali seperti dipakai oleh resonden yang sama. Berikut merupakan hasil uji reliabilitas:

Tabel 4.14
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	N of items	Keterangan
<i>Tangible</i>	0,733	5	<i>Reliable</i>
<i>Reliability</i>	0,663	3	<i>Reliable</i>
<i>Responsibility</i>	0,899	3	<i>Reliable</i>
<i>Assurance</i>	0,618	3	<i>Reliable</i>
<i>Emphaty</i>	0,870	3	<i>Reliable</i>
Kepuasan Nasabah	0,873	3	<i>Reliable</i>

Sumber: Data diolah (2021)

Berdasarkan Tabel 4.14 bisa diperhatikan jika uji realibilitas membuktikan angkanya *Cronbach's Alpha* melebihi 0,6. Dari hasil itu bisa disimpulkan bahwasanya segala pertanyaan/ [ernyataan yang digunakan untuk kuesioer penelitian ini reliabel.

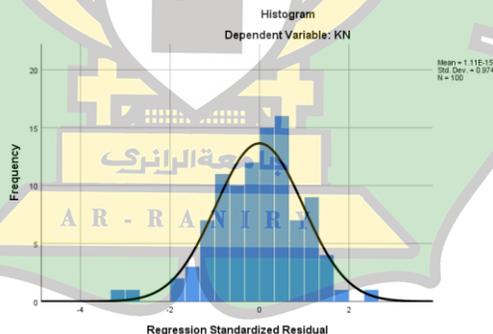
4.5 Uji Asumsi Klasik

4.5.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukannya dalam melihat tingkat kenormalan data distribusi variabel dependen/ terikat dan variabel independen/ bebas dalam model regresi. Uji normalitas di penelitian ini dilakukannya memakai analisis grafik dan analisis statistik. Adapun hasil pengujian normalitas adalah sebagai berikut:

1. Analisis Grafik

Gambar 4.1
Histogram Normalitas

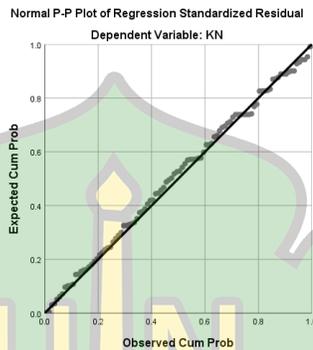


Sumber: Data diolah (2021)

Gambar 4.1 menunjukkan distribusi data normal. Hal ini dikarenakan pola histogram tidak condong ke kiri/kanan. Kemudian normal *probability plot* yang dibandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Bila distribusi datanya *residual* normal, jadi garis

yang hendak deskripsikan data sebenarnya dapat mengikuti garis diagonal seperti berikut:

Gambar 4.2
Normal Probability Plot



Sumber: Data diolah (2021)

Gambar 4.2 menunjukkan *Probability Plot* tampak normal. Tersebut dikarenakan distribusi data residual tampak mendekati dan mengikuti garis normalnya. Maka begitu bisa disimpulkan bahwasanya data yang dipakai pada penelitian ini berdistribusi normal.

2. Analisis Statistik

Tabel 4.15

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Predicted Value
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	11.3900000
	Std. Deviation	1.67116568
Most Extreme Differences	Absolute	.115
	Positive	.115
	Negative	-.090
Test Statistic		.115
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber: Data diolah (2021)

Dari Tabel 4.15 dapat dilihat bahwasanya nilai sebuah pengujian *kolmogorov-smirnov* yakni senilai .200 melebihi daripada *alpha* 0,05 maka dengan demikian data disimpulkan data berdistribusi secara normal.

4.5.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukanya yang bertujuan sebagai mengidentifikasi apakah adanya interkolerasi/ hubungan yang kuat antar variabel independen. Adapun hasil uji multikolinieritas di penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.16
Uji Multikolinieritas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Tangible	.495	2.022
	Reliability	.530	1.886
	Responsive	.578	1.730
	Assurance	.505	1.980
	Emphaty	.610	1.639

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

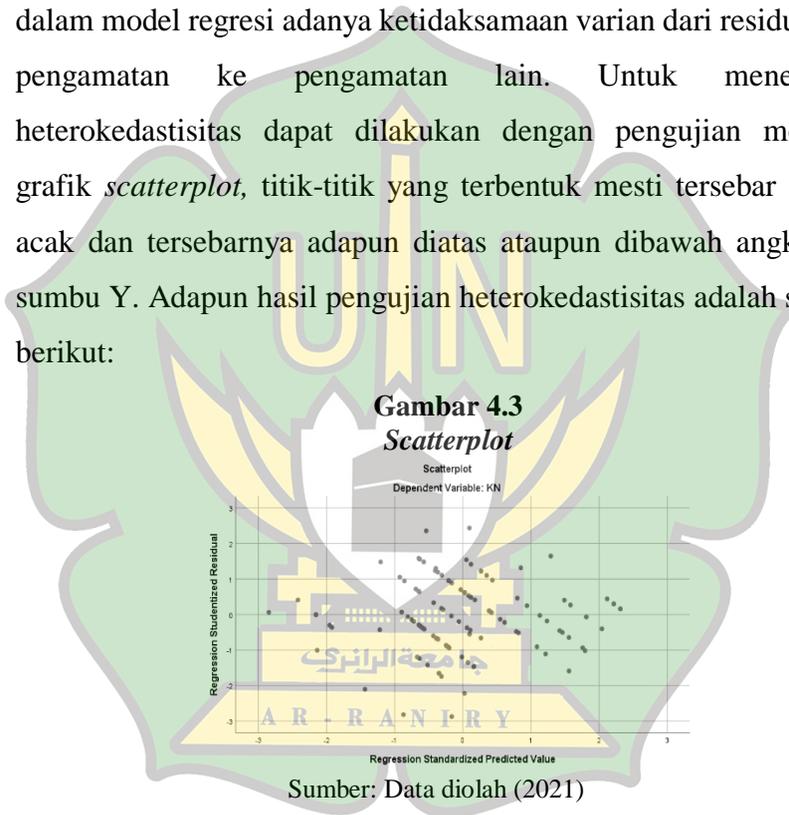
Sumber: Data diolah (2021)

Dari Tabel 4.16 dapat dilihat bahwasanya pada penelitian ini tidak terjadi gejala multikolinieritas sebab nilai *tolerance* seluruh variabel bebas melebihi 0,10 dan nilai *variance inflation factor* (VIC) seluruh variabel bebas lebih kecil dari 10. Hasil uji

multilinieritas di atas membuktikan jika seluruh variabelnya terbebas dengan *multilinieritas*.

4.5.3 Uji Heterokedastisitas

Uji Heterokedastisitas dilaksanakan yang tujuannya uji apakah dalam model regresi adanya ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Untuk menentukan heterokedastisitas dapat dilakukan dengan pengujian memakai grafik *scatterplot*, titik-titik yang terbentuk mesti tersebar dengan acak dan tersebarnya adapun diatas ataupun dibawah angka 0 di sumbu Y. Adapun hasil pengujian heterokedastisitas adalah sebagai berikut:



Dari Gambar 4.3 dapat dilihat bahwasanya titik-titik di gambar *scatterplot* tersebar dengan acak adapun diatas ataupun di bawah angka 0 di sumbu Y. Dengan demikian bisa disimpulkanlah jika di model regresi yang seperti ini terbebas heterokedastisitas.

4.6 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda ialah analisis yang dilakukannya yang bertujuan untuk menerangkan variabel dependen dengan variabel independen. Di penelitian ini yang jadi variabel dependen yakni kepuasan nasabah adapun yang menjadi variabel independen yakni *tangible*, *realibility*, *responsive*, *assurance*, dan *emphaty*. Adapun hasil analisis regresi linier berganda yang sudah dilakukan yakni sebagai berikut:

Tabel 4.17
Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	-2.656	1.044		-2.544	.012
	Tangible	.147	.060	.187	2.466	.015
	Realibility	.056	.078	.053	.723	.471
	responsive	.223	.061	.257	3.668	.000
	Assurance	.356	.114	.234	3.124	.002
	Emphaty	.286	.064	.305	4.480	.000

Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Data diolah (2021)

Dari Tabel 4.17 dapat dilihat hasil analisis regresi linier berganda dengan perolehan koefisien dalam variabel *tangible* (X_1) sebesar 0,147, untuk variabel *reliability* (X_2) nilainya 0,056, bagi variabel *responsive* (X_3) nilainya 0,223, untuk variabel *assurance* (X_4) nilainya 0,356, untuk variabel *emphaty* (X_5) sebesar 0,286 dan konstanta nilainya -2,656. Berdasarkan hasil tersebut bisa dirumuskan persamaan regresi linier bergandanya seperti berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + \varepsilon$$

Jika diinterpretasikan pada penelitian ini, maka:

$$\text{Kepuasan Nasabah} = -2,565 + 0,147tg + 0,060rb + 0,223rp + 0,356ar + 0,286ep + \text{error term}$$

Berdasarkan hasil persamaan linier yang dipaparkan diatas, dapat disimpulkan atau diinterpretasikan sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta (α) sebesar -2,565. Hal ini menunjukkan bahwa apabila nilai *tangible* (X_1), *reliability* (X_2), *responsive* (X_3), *assurance* (X_4), *emphaty* (X_5) diasumsikan dalam keadaan konstan atau tetap maka nilai kepuasan nasabah (Y) sebesar -2,565.
- b. Nilai koefisien regresi *tangible* (X_1) sebesar 0,147 berarti jika reputasi mengalami kenaikan satu satuan akan mempengaruhi kepuasan nasabah meningkat sebesar 0,147 dengan asumsi variabel lain tetap.
- c. Nilai koefisien regresi *reliability* (X_2) sebesar 0,060 berarti jika reputasi mengalami kenaikan satu satuan akan mempengaruhi kepuasan nasabah meningkat sebesar 0,060 dengan asumsi variabel lain tetap.
- d. Nilai koefisien regresi *responsive* (X_3) sebesar 0,223 berarti jika reputasi mengalami kenaikan satu satuan akan mempengaruhi kepuasan nasabah meningkat sebesar 0,223 dengan asumsi variabel lain tetap.
- e. Nilai koefisien regresi *assurance* (X_4) sebesar 0,356 berarti jika reputasi mengalami kenaikan satu satuan akan

mempengaruhi kepuasan nasabah meningkat sebesar 0,356 dengan asumsi variabel lain tetap.

- f. Nilai koefisien regresi *emphaty* (X_5) sebesar 0,286 berarti jika reputasi mengalami kenaikan satu satuan akan mempengaruhi kepuasan nasabah meningkat sebesar 0,286 dengan asumsi variabel lain tetap.

4.7 Pengujian Hipotesis Penelitian

4.7.1 Uji Parsial (t)

Uji parsial dilakukan dengan tujuan sebagai mengidentifikasi pengaruhnya dari masing-masing variabel independen pada variabel dependen. Pengujian ini dilakukannya menggunakan program SPSS versi 26. Uji parsial dilakukannya dengan dibandingkan diantara nilai t hitung dan t table. Jika t hitung melebihi t table jadi H_0 ditolak dan H_a diterima. Adapun Nilai t tabel pada penelitian ini adalah 1,985.

Tabel 4.18
Hasil Pengujian Parsial (Uji-t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	-2.656	1.044		-2.544	.012
	Tangible	.147	.060	.187	2.466	.015
	Realibility	.056	.078	.053	.723	.471
	responsive	.223	.061	.257	3.668	.000
	Assurance	.356	.114	.234	3.124	.002
	Emphaty	.286	.064	.305	4.480	.000

Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Data diolah (2021)

1. Pengujian Hipotesis 1

Dari Tabel 4.18 bisa dilihat bahwasanya perolehan angka koefisien *tangible* sebesar 0,147 yang berarti setiap ada peningkatan 1% variabel *tangible* jadi dapat menambah kepuasannya nasabah nilainya 14,7% dengan asumsi variabel lainnya konstan atau tetap.

Adapun dari Tabel 4.18 didapati nilai t hitung nilainya 2,466 dan t tabel sebesar 1,985 serta nilai signifikansi $0,015 < 0,05$. Tersebut menunjukkan $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ jadi H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti dengan parsial variabel *tangible* berpengaruh positif dan signifikan pada kepuasan nasabah.

2. Pengujian Hipotesis 2

Berdasarkan Tabel 4.18 dapat dilihat bahwa perolehan angka koefisien *reliability* sebesar 0,056 yang berarti setiap ada peningkatan 1% variabel *reliability* maka akan meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 5,6% dengan asumsi variabel lain konstan atau tetap.

Adapun berdasarkan Tabel 4.18 diperoleh nilai t hitung sebesar 0,723 dan t tabel sebesar 1,985 serta nilai signifikansi $0,471 > 0,05$. Hal ini menunjukkan $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ maka dengan demikian H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya secara parsial variabel *tangible* berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah.

3. Pengujian Hipotesis 3

Dari Tabel 4.18 bisa diperhatikan jika perolehan angka koefisien *responsive* sebesar 0,223 yang artinya semuanya didapati kenaikan 1% variabel *responsive* jadi bisa bertambah kepuasannya nasabah nilainya 22,3% yang asumsi variabel lainnya konstan atau tetap.

Adapun menurut Tabel 4.18 diperoleh nilai t hitung sebesar 3,668 dan t tabel nilainya 1,985 serta nilai signifikansinya $0,000 < 0,05$. Tersebut menunjukkan t hitung $>$ t tabel sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti dengan parsial variabel *responsive* berpengaruh positif dan signifikan pada kepuasan nasabah.

4. Pengujian Hipotesis 4

Dari Tabel 4.18 dapat dilihat bahwasanya perolehan nilai koefisien *assurance* nilainya 0,356 yang berarti setiap ada peningkatan 1% variabel *assurance* jadi bisa menambah kepuasannya nasabah nilainya 35,6% yang asumsi variabel lainnya konstan atau tetap.

Adapun dari Tabel 4.18 diperoleh nilai t hitung sebesar 3,124 dan t tabel nilainya 1,985 serta nilai signifikansinya $0,002 < 0,05$. Hal ini menunjukkan t hitung $>$ t tabel sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti dengan parsial variabel *assurance* berpengaruh positif dan signifikan pada kepuasan nasabah.

5. Pengujian Hipotesis 5

Berdasarkan Tabel 4.18 bisa dilihat bahwasanya perolehan angka koefisien *emphaty* nilainya 0,286 yang berarti setiap ada peningkatan 1% variabel *emphaty* sehingga bisa menambah kepuasannya nasabah nilainya 28,6% dengan asumsi variabel lainnya konstan atau tetap.

Adapun dari Tabel 4.18 diperoleh nilai t hitung nilainya 4,480 dan t tabel nilainya 1,985 serta nilai signifikansinya $0,002 < 0,05$. Tersebut menunjukkan t hitung $>$ t tabel sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya secara parsial variabel *emphaty* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

4.7.2 Uji Simultan (F)

Uji simultan dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dengan bersama-sama. Adapun hasil dari uji simultan pada penelitian ini yakni sebagai berikut:

Tabel 4.19
Hasil Pengujian Simultan (Uji-F)

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1					
Regression	278.331	5	55.666	47.761	.000 ^b
Residual	132.869	114	1.166		
Total	411.200	119			

Sumber: Data diolah (2021)

Dari Tabel 4.19 dapat diidentifikasi jika nilai F hitung sebesar 47.761 adapun untuk nilai F tabelnya sebesar 2.20. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa nilai Fhitung $>$ F tabel ($47.61 > 2.20$) dengan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$ jadi H_0 ditolak dan H_1

diterima. Berarto secara simultan *tangible, reliability, responsive, assurance dan emphaty* berpengaruh positif dan signifikan pada kepuasannya nasabah.

4.8 Koefisien Determinasi (R_2)

Koefisien determinasi (R_2) dilaksanakan dengan tujuan sebagai mengidentifikasi seberapa besarnya pengaruh variabel independen pada variabel dependen pada penelitian ini. Hasil perhitungan koefisien determinan yang sudah dilakukan adalah sebagai berikut:

Tabel 4.20
Hasil Pengujian Determinan (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0.826 ^a	0.677	0.663	0.0038461	1.013
a. Predictors: (Constant), Tangible, Reability, Responsive, Assurance, Emphaty					
b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah					

Sumber: Data diolah (2021)

Dari Tabel 4.20 bisa diperhatikan jika koefisien determinan R Square senilai 0.677. tersebut artinya 67,7% kepuasan nasabah pada Bank Aceh bisa diterangkan oleh variasi kelima variabel (*tangible, reliability, responsive, assurance dan emphaty*). Adpaun bersisa 32,3% dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak dimasukkan pada penelitian ini.

4.9 Pembahasan

4.9.1 Pengujian Secara Parsial

Uji dengan parsial dilakukannya bertujuan sebagai mengidentifikasi pengaruh tiap-tiap variabel independen terhadap

variabel dependen dengan parsial. Hasil perhitungannya program SPSS bisa diperhatikan di Tabel 4.17.

1. Pengaruh *Tangible* Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan pengujian regresi linier yang sudah dilakukan diperoleh pengaruh *tangible* terhadap kepuasan nasabah sebesar 0.147. Hal ini mengartikan jika *tangible* mengalami kenaikan 1% maka dapat menambah kepuasannya nasabah nilainya 14,7% dengan asumsi variabel lainnya konstan atau tetap.

Berdasarkan pengujian secara parsial didapati nilai t hitung nilainya 2.466 dan nilai t tabel nilainya 1.985 ($2.466 > 1.985$) dan nilai signifikansi $0.015 < 0.05$. Artinya *tangible* berpengaruh positif dan signifikan dengan kepuasannya nasabah. Hasil temuan ini didukung hasil penelitian yang sudah dilaksanakan oleh Hamzah dan Astri (2019) dan Wahab (2017) yang menyatakan *tangible* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

2. Pengaruh *Reliability* Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan pengujian regresi linier yang sudah dilakukan diperoleh pengaruh *reliability* terhadap kepuasannya nasabah nilainya 0.056. tersebut mengartikan jika *reliability* mengalami kenaikan 1% maka dapat menambah kepuasan nasabah nilainya 5,6% dengan asumsi variabel lainnya konstan atau tetap.

Dari pengujian secara parsial didapati nilai t hitung nilainya 0.723 dan nilai t tabel nilainya 1.985 ($0.723 < 1.985$) dan nilai signifikansi $0.471 > 0.05$. Artinya *reliability* tidak berpengaruh

signifikan pada kepuasan nasabah. Hasil temuan ini mendukung hasil penelitiannya yang sudah dilaksanakan oleh Kevin et al (2016) yang menyebutkan *reliability* tidak berpengaruh signifikan pada kepuasan nasabah.

3. Pengaruh *Responsive* Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan pengujian regresi linier yang sudah dilakukan diperoleh pengaruh *responsive* terhadap kepuasan nasabahnya nilainya 0.223. tersebut mengartikan jika *responsive* mengalami kenaikan 1% maka dapat menambah kepuasannya nasabah nilainya 22,3% yang berasumsi variabel lainnya konstan atau tetap.

Berdasarkan pengujian secara parsial didapati nilai t hitung nilainya 3.668 dan nilai t tabel nilainya 0.985 ($3.668 > 1.985$) dan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$. Artinya *responsive* berpengaruh positif dan signifikan pada kepuasan nasabah. Hasil temuan ini mendukung hasil penelitian yang sudah dilaksanakan oleh Hamzah dan Astri (2019) dan Wahab (2017) yang menyatakan *responsive* berpengaruh positif dan signifikan pada kepuasan nasabah.

4. Pengaruh *Assurance* Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan pengujian regresi linier yang sudah dilakukan diperoleh pengaruh *assurance* terhadap kepuasan nasabah sebesar 0.356. Hal ini mengartikan jika *assurance* mengalami kenaikan 1% maka bisa menambah kepuasannya nasabah senilai 35,6% yang berasumsi variabel lainnya konstan atau tetap.

Dari pengujian secara parsial didapati nilai t hitung nilainya 3.124 dan nilai t tabel nilainya 0.985 ($3.124 > 1.985$) dan nilai signifikansi $0.002 < 0.05$. Artinya *assurance* berpengaruh positif dan signifikan pada kepuasan nasabah. Hasil temuan ini mendukung hasil penelitian yang sudah dilakukannya oleh Hamzah dan Astri (2019) dan Wahab (2017) yang menyebutkna *assurance* berpengaruh positif dan signifikan pada kepuasan nasabah.

5. Pengaruh *Emphaty* Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan pengujian regresi linier yang sudah dilakukan diperoleh pengaruh *emphaty* terhadap kepuasan nasabah sebesar 0.286. tersebut mengartikan jika *emphaty* mengalami kenaikan 1% maka dapat menambah kepuasannya nasabah senilai 28,6% yang berasumsi variabel lainnya konstan atau tetap.

Dari pengujian secara parsial didapati nilai t hitung nilainya 4.480 dan nilai t tabel nilainya 0.985 ($4.480 > 1.985$) dan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$. Artinya *emphaty* berpengaruh positif dan signifikan pada kepuasan nasabah. Hasil temuan ini mendukung hasil penelitian yang sudah dilaksanakan oleh Wahab (2017) yang menyebutkan *emphaty* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini mencoba untuk mengukur seberapa besar pengaruh *tangible*, *reliability*, *responsive*, *assurance* dan *emphaty* terhadap kepuasan nasabah. Dari hasil analisisnya yang telah dilaksanakan bisa diambil beberapa kesimpulan antaranya sebagai berikut:

1. *Tangible* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.
2. *Reliability* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.
3. *Responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.
4. *Assurance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.
5. *Emphaty* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.
6. *tangible*, *reliability*, *responsive*, *assurance* dan *emphaty* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan dan dengan dipertimbangkan hasil yang sudah dipaparkan sehingga penelitiannya pertimbangan dalam memberi beberapa saran untuk pihak Bank Aceh dengan harapan dapat digunakan menjadi bahan masukannya dan pertimbangan untuk melaksanakan aktivitas kedepan. Adapun beberapa sarannya yang penulis berikan yakni sebagai berikut:

Bank Aceh diharapkan mempertahankan *tangible, responsive, assurance dan empathy* karena ke empat variabel tersebut berpengaruh positif dan signifikan pada kepuasan nasabah Bank Aceh. Selanjutnya bagi *reliability* diharapkan Bank Aceh dapat meningkatkan kemampuan *reliability* atau kehandalan karena berdasarkan penelitian yang sudah peneliti lakukan *reliability* berpengaruh positif tapi tidak signifikan pada kepuasan nasabah. Dari hal itu sebaiknya Bank Aceh lebih meningkatkan kehandalan pihaknya sehingga pelayanan yang diberikan akan lebih baik daripada sekarang.

DAFTAR PUSTAKA

- Andespa Roni (2007) Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah dalam Menabung di Bank Syariah. Padang: Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang.
- Arikunto, S (2013) *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Edisi Revisi. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Azlina Nur (2013) Pengaruh Quality Management Terhadap Kinerja Financial (Studi Pada Perusahaan Jasa di Kota Pekanbaru Provinsi Riau). *Jurnal Akuntansi*. 1(2). 213-226.
- Azwar, S (2015) *Metode Penelitian*. Yogyakarta : Pustaka Belajar .
- Engel, James F., Roger D. Blackwell, and Paul W. Miniard (1990). *Consumer Behavior* 6th ed. Chicago: The Dryden Press.
- Ferdian Arif Syamjaya (2021) Akuntabilitas Kinerja Aparatur dalam Pelaksanaan Pelayanan Publik di Kantor Lurah Padang Lambe Kota Palopo. *Jurnal I La Galigo : Public Administrasi Journal*. 4(2). 1-9.
- Ghozali Imam (2018) *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hamzah Zulfadli dan Astri Ayu Purwati (2019) Analisis Pengaruh Iklan, Harga dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Rumah Pekanbaru. *Jurnal Ekonomi KIAT*. 30(1).
- Hasibuan H Malayu (2011) *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Ismail (2011) *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana.
- Kartajaya Hermawan (2006) *Marketing Mix Seri 9 Elemen Marketing*. Bandung: PT Mizan.

- Kasmir (2008) *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: In Media.
- Kasmir (2017) *Customer Service Excellent: Teori dan Praktik*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Laporan Otoritas Jasa Keuangan 2020
- Maddy Khairul (2009) *Hakikat dan Pengertian Pelayanan Prima*. Jakarta: Chama Digit.
- Muhammad Syafii Antoni (2014) *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani.
- Muhana Sakdun (2020) Pengaruh Kualitas Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Aceh Pusat Operasional. *Skripsi Tidak Dipublikasi*. Banda Aceh: Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.
- Nangoi (2004) *Pemberdayaan di Era Ekonomi Pengetahuan*. Jakarta: PT Gramedia.
- Nazir Mohammad (2009) *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Parasuraman (2001) The Behaviorial Consequenses of Service Quality. *Journal of Marketing*. Vol 60.
- Ratnasari R. T (2012) *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Rianto Nur (2012) *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Siregar Syofian (2013) *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT. Fajar Interpratama Mandiri.
- Sudarsono Heri (2012) *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah: Deskripsi dan Ilustrasi*. Yogyakarta: Ekosoria.
- Rusydi Abubakar (2017) *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono (2016) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sugiyono (2017) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono (2018) *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Tjahjono Djatmiko (2016) The Impact of E-Service Quality Toward E-Customer Satisfaction and E-Customer Loyalty In Lazada.co.id e-Proceeding of Management. 3(1). 142.
- Tjiptono Fandy (2006) *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayu Media.
- Tjiptono Fandy (2014) *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Umar Husein (2011) *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi 11*. Jakarta: PT. Grafindo Persanda.
- Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah.
- Qardhawi Yusuf (1997) *Norma dan Etika Ekonomi Islam*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Website Bank Aceh/ www.bankaceh.co.id

LAMPIRAN

Lampiran 1: Data Hasil Kuesioner Variabel

No	Item	STS	TS	R	S	SS	Rata-rata
P1	Pegawai Bank Aceh berbusana rapi dan sesuai syariat Islam	1	8	8	57	26	3,99
P2	Bank Aceh mempunyai ruang tunggu yang nyaman	-	1	9	65	25	4,14
P3	Bank Aceh memiliki area parkir yang memadai	-	9	15	60	16	3,75
P4	Proses pembukaan tabungan atau rekening sangat mudah	-	5	5	65	25	4,10
P5	Pegawai Bank Aceh selalu berada pada tempatnya saat nasabah membutuhkan	-	2	9	71	18	4,05
Total rata-rata							4,00

No	Item	STS	TS	R	S	SS	Rata-rata
P6	Pegawai Bank Aceh melakukan pencatatan dengan teliti dalam setiap transaksi	-	2	3	68	27	4,21

P7	Pegawai Bank Aceh selalu memberikan salam kepada nasabah ketika selesai memberikan pelayanan.	1	1	9	55	34	3,65
P8	Pegawai Bank Aceh mampu menggunakan alat yang disediakan dalam melayani nasabah	-	3	8	55	34	4,22
Total rata-rata							4,02

No	Item	STS	TS	R	S	SS	Rata-rata
P9	Pegawai Bank Aceh tanggap dalam memenuhi kebutuhan nasabah dalam bertransaksi	2	2	13	64	19	3,97
P10	Pegawai Bank Aceh memberikan pelayanan yang cepat dan tepat	2	7	19	54	18	3,78
P11	Bank Aceh merespon semua keluhan (komplain) yang dikeluhkan oleh nasabah dengan cepat	1	5	21	57	16	3,80
Total rata-rata							3,85

No	Item	STS	TS	R	S	SS	Rata-rata
P12	Bank Aceh memberi pelayanan sesuai waktu operasional	-	-	5	68	27	4,22

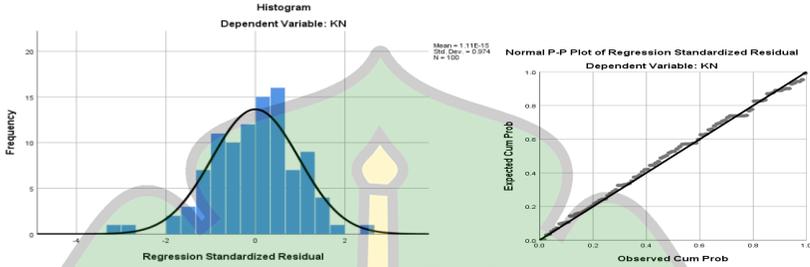
P13	Nasabah membayar biaya yang sedikit untuk administrasi	-	1	24	59	16	3,89
P14	Nasabah membayar biaya yang sedikit untuk administrasi	-	1	15	62	22	4,02
Total rata-rata							4,04

No	Item	STS	TS	R	S	SS	Rata-rata
P15	Pegawai Bank Aceh bersikap sopan dan ramah terhadap nasabah	-	2	11	53	34	4,20
P16	Bank Aceh tidak memandang status sosial dalam memberikan pelayanan	-	9	7	56	28	4,05
P17	Pegawai Bank Aceh mengutamakan kepentingan nasabah ketika bertransaksi	-	6	8	60	26	4,09
Total rata-rata							4,11

No	Item	STS	TS	R	S	SS	Rata-rata
P18	Pegawai Bank Aceh bersikap sopan dan ramah terhadap nasabah	-	8	34	49	9	3,62
P19	Bank Aceh tidak memandang status sosial dalam memberikan pelayanan	-	1	13	59	27	4,13
P20	Pegawai Bank Aceh mengutamakan	-	6	29	57	8	3,64

	kepentingan nasabah ketika bertransaksi						
Total rata-rata							3,79

Lampiran 2: Uji Normalitas



Lampiran 3: Uji Kolmogrov-Smirnov

		Unstandardized Predicted Value
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	11.3900000
	Std. Deviation	1.67116568
Most Extreme Differences	Absolute	.115
	Positive	.115
	Negative	-.090
Test Statistic		.115
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

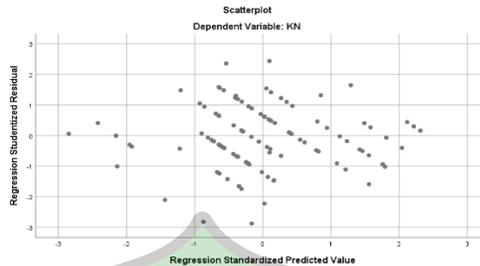
Lampiran 4: Uji Multikolonieritas

Model	Collinearity Statistics		
	Tolerance	VIF	
1	(Constant)		
	Tangible	.495	2.022
	Reliability	.530	1.886
	Responsive	.578	1.730
	Assurance	.505	1.980
	Emphaty	.610	1.639

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Data diolah (2021)

Lampiran 5: Uji Heterokedastisitas



Lampiran 6: Uji Koefisien Determinan (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0.826 ^a	0.677	0.663	0.0038461	1.013

a. Predictors: (Constant), Tangible, Reability, Responsive, Assurance, Emphaty
b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Data diolah (2021)

Lampiran 7: Uji Parsial

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2.656	1.044		-2.544	.012
	Tangible	.147	.060	.187	2.466	.015
	Realibility	.056	.078	.053	.723	.471
	responsive	.223	.061	.257	3.668	.000
	Assurance	.356	.114	.234	3.124	.002
	Emphaty	.286	.064	.305	4.480	.000

Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Lampiran 9: Uji Simultan

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	278.331	5	55.666	47.761	.000 ^b
	Residual	132.869	114	1.166		
	Total	411.200	119			

Sumber: Data diolah (2021)

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Yursida Yanti
Tempat/Tanggal Lahir : Wihnongkal, 01 Juli 1998
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Kebangsaan/ Suku : Indonesia/ Gayo
Status : Menikah
Pekerjaan : Mahasiswi
Alamat : Kampung Arul Badak, Kecamatan Pegasing,
Kabupaten Aceh Tengah
Orang Tua/ Wali
Ayah : Mahyudin
Pekerjaan : Petani
Ibu : Sinarsih
Pekerjaan : Petani
Riwayat Pendidikan
SD/MI : SDN 4 Lut Tawar, tahun lulus 2010
SLTP/MTs : SMPN 4 Takengon, tahun lulus 2013
SMA/MA : SMKN 1 Takengon, tahun lulus 2016
Perguruan Tinggi : UIN Ar-Raniry, tahun lulus 2023

Banda Aceh, 17 Juli 2023

Yursida Yanti