

**SKRIPSI**

**PERSEPSI NASABAH TERHADAP KUALITAS  
PELAYANAN BANK SYARIAH INDONESIA (BSI) PASCA  
MIGRASI PADA CABANG KOTA BANDA ACEH**



**Disusun Oleh:**

**Muhammad Aqil Azizi  
NIM. 150603050**

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

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Aqil Azizi  
NIM : 150603050  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini, saya:

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

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 14 November 2022

Yang Menyatakan,



Muhammad Aqil Azizi

**PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

**SKRIPSI**

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

**Persepsi Nasabah Terhadap Kualitas Pelayanan Bank Syariah  
Indonesia (BSI) Pasca Migrasi Pada Cabang Kota Banda Aceh**

Disusun Oleh:

Muhammad Aqil Azizi  
NIM. 150603050

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

Pembimbing I,



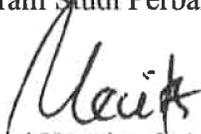
Ayumiati, S.E., M.Si.  
NIP. 197806152009122002

Pembimbing II,



Isnaltiana, S.H.I., M.A  
NIDN. 2029099003

Mengetahui  
Ketua Program Studi Perbankan Syariah,



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

## PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Muhammad Aqil Azizi

NIM. 150603050

Dengan Judul:

**Persepsi Nasabah Terhadap Kualitas Pelayanan Bank Syariah Indonesia (BSI) Pasca Migrasi Pada Cabang Kota Banda Aceh**

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

Pada Hari/Tanggal: Sabtu, 23 Juli 2022 M  
24 Zulhijah 1443 H

Dewan Penguji Sidang Skripsi

Ketua,

Ayumiati, S.E., M.Si.

NIP. 197806152009122002

Sekretaris,

Ishatiana, S.H.I., M.A

NIDN. 2029099003

Penguji I,

Eliana, S.E., M.Si

NIDN. 1310047601

Penguji II,

Rika Mulia, M.B.A

NIP. 198906032020122013

Mengetahui,

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

Dr. Zaki Fuad, M.Ag.  
NIP. 1964031419920310



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

Jl. Syeikh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh  
Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax. 0651-7552922  
Web: [www.library.ar-raniry.ac.id](http://www.library.ar-raniry.ac.id), Email: [library@ar-raniry.ac.id](mailto:library@ar-raniry.ac.id)

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

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Lengkap : Muhammad Aqil Azizi

NIM : 150603050

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah

E-mail : [azizi.aqil.m@gmail.com](mailto:azizi.aqil.m@gmail.com)

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

Tugas Akhir  KKU  Skripsi  .....

Yang berjudul:

**Persepsi Nasabah Terhadap Kualitas Pelayanan Bank Syariah Indonesia (BSI) Pasca Migrasi Pada Cabang Kota Banda Aceh**

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

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

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

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh

Pada tanggal : Juli 2022

Mengetahui,

Penulis,  
  
Muhammad Aqil Azizi  
NIM: 150603050

Pembimbing I,  
  
Ayumati, S.P., M.Si  
NIP. 197806152009122002

Pembimbing II,  
  
Isnaliana, S. HI., MA  
NIDN. 2029099003

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi ini. Selanjutnya selawat dan salam pada junjungan kita nabi Muhammad SAW sebagai suri tauladan umat sepanjang masa.

Dalam penulisan skripsi yang berjudul ***“Persepsi Nasabah Terhadap Kualitas Pelayanan Bank Syariah Indonesia (BSI) Pasca Migrasi Pada Cabang Kota Banda Aceh”*** penulis banyak mengalami kesulitan dan hambatan, namun demikian berkat dorongan, bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak, maka penulis dapat menyelesaikannya. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Zaki Fuad M. Ag, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
2. Dr. Nevi Hasnita S.Ag., M.Ag., selaku ketua program studi dan Ayumiati SE., M.Si. selaku sekretaris program studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh, penasehat akademik dan pembimbing I.

3. Isnaliana, S.HI., MA. selaku pembimbing II yang telah bersedia memberi waktu dan ilmu dalam membimbing saya, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
4. Muhammad Arifin, Ph.D. selaku Ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
5. Seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk dapat mengisi angket penelitian.
6. Orang Tua beserta keluarga yang selalu mendoakan dan memberi dukungan semangat kepada saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Teman-teman yang telah memberikan dukungan dan semangat untuk segera menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya.

Skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman penulis. Atas bantuan dan bimbingan dari semua pihak penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar besarnya semoga menjadi amal sholeh dan diberikan balasan oleh Allah SWT. Kritik dan saran sangat penulis harapkan. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Banda Aceh, 14 November 2022

Penulis,

Muhammad Aqil Azizi

## TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Materi P dan K

Nomor: 158 Tahun 1987-Nomor:0543b/u/1987

### 1. Konsonan

No	Arab	Latin	No	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ط	T
2	ب	B	17	ظ	Z
3	ت	T	18	ع	'
4	ث	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	Z	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	D			

### 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:

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

b. Vokal Rangkap

Vokal Rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara hakikat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

<b>Tanda dan Huruf</b>	<b>Nama</b>	<b>Gabungan Huruf</b>
يَ	<i>Fathah dan ya</i>	Ai
وَ	<i>Fathah dan wau</i>	Au

Contoh:

*Kaifa* : كَيْفَ

*Haula* : هَوْلَ

3. *Maddah*

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

<b>Harkat dan Huruf</b>	<b>Nama</b>	<b>Huruf dan Tanda</b>
آيَ	<i>Fathah dan ya</i>	Ā
يِ	<i>Fathah dan wau</i>	Ī
يُ	<i>Dammah dan wau</i>	Ū

Contoh:

*qala:* قَالَ  
*rama:* رَمَى  
*qila:* قِيلَ  
*yaqulu:* يَقُولُ

#### 4. Ta Marbutah (ة)

Trasliterasi 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 atas 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.

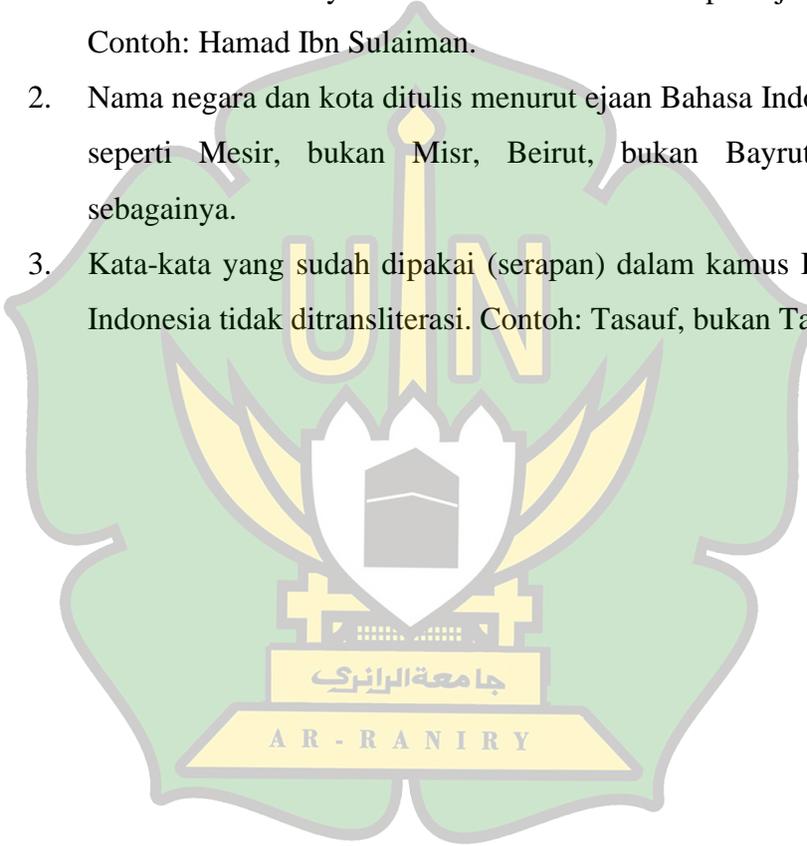
Contoh:

*raudah al-atfal/raudatul atfal* : رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ  
*al-madinah al-munawwarah/* : الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ  
*al-madinatul munawwarah*  
*talhah* : طَلْحَةُ

**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: Hamad Ibn Sulaiman.
2. Nama negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr, Beirut, bukan Bayrut; dan sebagainya.
3. Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf



## ABSTRAK

Nama : Muhammad Aqil Azizi  
NIM : 150603050  
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah  
Judul Skripsi : Persepsi Nasabah Terhadap Kualitas Pelayanan Bank Syariah Indonesia (BSI) Pasca Migrasi Pada Cabang Kota Banda Aceh  
Pembimbing I : Ayumiati, S.E., M.Si.  
Pembimbing II : Isnaliana, S.H.I., M.A.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Persepsi Nasabah Terhadap Kualitas Pelayanan Bank Syariah Indonesia (BSI) Pasca Migrasi Pada Cabang Kota Banda Aceh. Metode analisis data menggunakan kuantitatif deskriptif dan instrumen yang digunakan yaitu angket dengan pernyataan menggunakan skala likert yang diolah dengan SPSS versi 22, dengan sampel sebanyak 100 responden yaitu nasabah BSI di kota Banda Aceh. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa **Persepsi Nasabah Terhadap Kualitas Pelayanan Bank Syariah Indonesia (BSI) Pasca Migrasi Pada Cabang Kota Banda Aceh** sangat positif, hal ini dibuktikan dari pernyataan nasabah terhadap angket yang telah peneliti sebar. Nasabah Kota Banda Aceh mendominasi jumlah nasabah diseluruh Aceh, sehingga minat nasabah di kota Banda Aceh menggunakan produk dan layanan BSI bisa meningkat.

**Kata Kunci:** *Persepsi, Kualitas Pelayanan*

جامعة الرانيري

A R - R A N I R Y

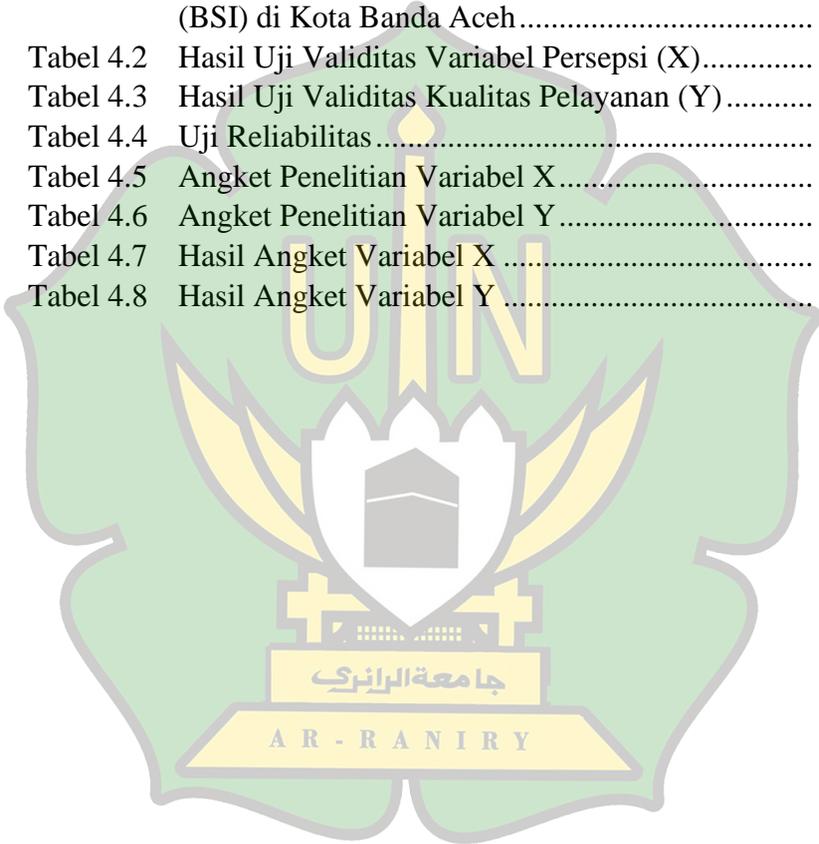
## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI .....</b>	<b>v</b>
<b>FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vii</b>
<b>TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN ...</b>	<b>ix</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xviii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Sistematika Pembahasan .....	10
<b>BAB II LANDASAN TEORITIS .....</b>	<b>12</b>
2.1 Pengertian Persepsi.....	12
2.1.1 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi.....	13
2.1.2 Proses Persepsi.....	14
2.1.3 Indikator Persepsi .....	15
2.2 Kualitas Pelayanan .....	16
2.2.1 Definisi Kualitas Pelayanan.....	19
2.2.2 Standar Kualitas Pelayanan .....	20
2.3 Pengertian Kepuasan .....	26
2.3.1 Manfaat Kepuasan .....	29
2.3.2 Strategi Kepuasan .....	30
2.3.3 Pengukuran Kepuasan .....	32
2.4 Definisi Kepuasan Nasabah.....	35
2.5 Teknologi Perbankan.....	39

2.6 Bank Syariah Indonesia.....	44
2.7 Kajian Penelitian Terkait.....	49
2.8 Kerangka Pemikiran.....	54
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>56</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	56
3.2 Sumber Data.....	56
3.3 Populasi dan Sampel.....	57
3.3.1 Populasi.....	57
3.3.2 Sampel.....	57
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	59
3.5 Skala Pengukuran.....	60
3.6 Variabel Penelitian.....	60
3.7 Metode Analisis Data.....	62
3.7.1 Pengujian Instrumen Penelitian.....	62
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>64</b>
4.1 Gambaran Umum Bank Syariah Indonesia (BSI).....	64
4.1.1 Visi dan Misi.....	70
4.2 Hasil Penelitian.....	71
4.2.1 Karakteristik Responden.....	71
4.2.2 Hasil Uji Validitas.....	74
4.2.3 Hasil Uji Reliabilitas.....	76
4.3 Hasil Pembahasan.....	76
4.3.1 Kualitas Pelayanan.....	77
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>87</b>
5.1 Kesimpulan.....	87
5.2 Saran.....	88
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>89</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>92</b>
<b>RIWAYAT HIDUP.....</b>	<b>108</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Hasil Penelitian Tekait.....	52
Tabel 3.1	Skor Pengukuran Skala Likert.....	60
Tabel 3.2	Operasional Variabel.....	61
Tabel 4.1	Karakteristik Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) di Kota Banda Aceh.....	72
Tabel 4.2	Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi (X).....	74
Tabel 4.3	Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (Y).....	75
Tabel 4.4	Uji Reliabilitas.....	76
Tabel 4.5	Angket Penelitian Variabel X.....	77
Tabel 4.6	Angket Penelitian Variabel Y.....	78
Tabel 4.7	Hasil Angket Variabel X.....	78
Tabel 4.8	Hasil Angket Variabel Y.....	79



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir .....	55
------------------------------------	----



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Angket Penelitian.....	92
Lampiran 2 Jawaban Responden .....	97
Lampiran 3 Uji Validitas .....	105
Lampiran 4 Uji Reliabilitas .....	106
Lampiran 5 Statistik Deskriptif .....	106
Lampiran 6 Biodata Penulis .....	108



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia sampai saat ini masih terus menunjukkan pertumbuhan positif, meskipun masih terdapat beberapa isu strategis serta tantangan yang masih perlu diselesaikan. Berdasarkan kajian “Transformasi Perbankan Syariah” yang disusun Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada tahun 2018, terdapat beberapa isu strategis yang masih menghambat akselerasi pertumbuhan bisnis perbankan syariah, antara lain belum adanya diferensiasi model bisnis yang signifikan, kualitas, dan kualitas SDM yang kurang optimal serta rendahnya tingkat literasi dan inklusi (Wilarjo, 2019).

Kualitas merupakan tingkat mutu yang diharapkan dan pengendalian keragaman pada saat mencapai mutu tersebut. Kualitas adalah sebuah jaminan terbaik untuk loyalitas pada nasabah, karena hal tersebut menjadi pertahanan terkuat dalam menghadapi persaingan, jalan menuju pertumbuhan dan pendapatan yang langgeng. Menurut Kotler (2016), definisi pelayanan setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lainnya, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Dalam perbankan, kepuasan dan ketidakpuasan nasabah adalah hasil

penilaian nasabah terhadap apa yang diharapkannya dengan membeli dan menggunakan suatu produk jasa bank.

Harapan itu lantas dibandingkan dengan persepsinya terhadap kualitas yang diterimanya dengan menggunakan produk jasa itu. Jika harapannya lebih tinggi dari pada kualitas produk jasa, ia akan merasa tidak puas. Sebaliknya, jika harapannya sama dengan atau lebih rendah dari pada kualitas produk jasa ia akan merasa puas. Pelayanan yang bertujuan memperoleh kepuasan pelanggan bukanlah suatu hal yang mudah untuk dilakukan, sering juga ditemukan masalah-masalah dalam pengelolaan pelayanan sebuah perusahaan dan ketidakberhasilan memuaskan sebagian besar pelanggan mereka. Maka dari itu diperlukan peningkatan kualitas pelayanan agar dapat memberikan kepuasan pada pelanggan.

Dalam rangka membuat sebuah perusahaan lebih unggul dari para pesaingnya adalah memberikan pelayanan yang berkualitas dan memenuhi tingkat kepentingan seorang pelanggan. Pelayanan diberikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah. Tindakan tersebut dapat dilakukan melalui cara langsung melayani pelanggan atau menempatkan sesuatu dimana nasabah sudah mengetahui tempatnya atau pelayanan melalui telepon. Tindakan yang dilakukan perusahaan tentunya bertujuan memenuhi keinginan pelanggan akan sesuatu produk atau jasa yang mereka butuhkan serta memerlukan pelayanan dari karyawan perusahaan

dan pelayanan yang diberikan terkadang berbentuk langsung dan tidak langsung (Wilarjo, 2019).

Menurut Zeithaml (2017) kualitas layanan dijelaskan sebagai penelitian pelanggan atas keunggulan atau keistimewaan suatu produk atau layanan secara menyeluruh dan besarnya perbedaan antara harapan atau keinginan konsumen dengan tingkat persepsi konsumen. Pada konteks ini, kualitas pelayanan tergantung pada beberapa hal yang meliputi tiga hal yaitu sistem, teknologi dan manusia. Pada penelitian difokuskan pada faktor manusia yang memberikan kualitas pelayanan pada perbankan karena memegang peranan penting pada pelayanan perusahaan. Kualitas pelayanan dalam hal ini adalah kualitas berupa jasa yang dijadikan sebagai tolak ukur seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan sesuai dengan ekspektasi para pelanggan sendiri. Senada dengan Lupiyadi (2016) yang menjelaskan bahwa kualitas layanan merupakan seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima atau peroleh.

Sedangkan menurut Tjiptono (2017) kualitas pelayanan mempunyai hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin hubungan yang kuat dengan perusahaan. Kepuasan nasabah ditentukan oleh kualitas barang atau jasa yang dikehendaki nasabah. Sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi setiap perusahaan sebagai tolak ukur keunggulan daya saing perusahaan tersebut.

Dalam meningkatkan kualitas pelayanan, tentu membutuhkan berbagai persepsi dari nasabah. Persepsi adalah suatu proses psikologis sebagai hasil dari penginderaan serta proses terakhir dari kesadaran sehingga terbentuk proses berpikir. Senada dengan hal tersebut, persepsi juga merupakan proses pemahaman maupun pemberian makna terhadap suatu rangsangan/stimulus, dimana rangsangan tersebut berasal dari proses penginderaan terhadap objek, peristiwa atau hubungan-hubungan antar gejala yang kemudian otak memproses stimulus tersebut (Sumanto, 2014).

Sedangkan menurut Bimo Walgito (2014), terdapat tiga faktor yang berperan dalam proses membentuk persepsi, yaitu: 1) Objek yang dipersepsi, objek yang menjadi bahan untuk dipersepsikan, 2) Alat indera dan susunan syaraf, adapun alat indera yaitu sebagai penerima stimulus dan susunan syaraf berfungsi meneruskan stimulus ke otak, 3) Perhatian, perhatian adalah akhir dari proses terbentuknya persepsi.

Salah satu hal yang paling penting dalam meningkatkan persepsi yang baik dari nasabah adalah dengan memberikan pelayanan terbaik dari pihak bank sendiri. Namun, ditinjau dari bisnis islami pelayanan tentunya dilandasi oleh beberapa hal pokok yang meliputi kepribadian yang amanah dan terpercaya, serta mengetahui dan ketrampilan yang bagus. Adapun hal tersebut yaitu amanah dan ilmu yang kemudian diuraikan dalam perspektif Islam sebagai berikut. Pertama, *Shiddiq* yaitu benar dan jujur, tidak

pernah berdusta dalam melakukan berbagai macam transaksi bisnis. Larangan berdusta, menipu, mengurangi takaran timbangan dan mempermainkan kualitas akan menyebabkan kerugian yang sesungguhnya (Lupiyadi, 2016).

Terdapat lima dimensi layanan yang harus dipenuhi dalam pelayanan menurut Zeithaml, Parasurahman & Berry (2014) yaitu 1). *Compliance* adalah Kepatuhan terhadap aturan atau hukum-hukum yang telah ditetapkan oleh Allah SWT (Syariah), 2). *Assurance* adalah pengetahuan yang luas karyawan terhadap produk, kemahiran dalam menyampaikan jasa, sikap ramah/sopan, serta kemampuan mereka untuk menumbuhkan kepercayaan nasabah, 3). *Reliability* adalah Kemampuan penyampaian kinerja yang telah dijanjikan kepada nasabah secara handal dan akurat, 4). *Tangible* adalah fasilitas fisik, peralatan, personel, dan alat komunikasi organisasi yang tampak, peralatan yang digunakan, serta bahan komunikasi yang digunakan oleh organisasi jasa dan *Emphaty* adalah kepedulian organisasi terhadap maksud dan kebutuhan pelanggan, komunikasi yang baik dengan pelanggan, dan perhatian khusus terhadap mereka.

Begitu halnya dalam aktivitas layanan bank syariah dan juga migrasi yang dilakukan terutama dilakukan untuk nasabah eks BRI Syariah dan BNI Syariah. Proses integrasi operasional cabang, layanan, dan produk dilakukan mulai 15 Februari sampai 30 Oktober 2021. Dalam periode tersebut, nasabah secara bertahap akan dihubungi untuk melakukan migrasi ke Bank Syariah

Indonesia. Pada periode tersebut, nasabah dapat menyampaikan informasi bila terdapat perubahan nomor telepon dan email. Harapannya pada 1 November 2021, sistem Bank Syariah Indonesia bisa terintegrasi.

Pada masa migrasi, salah satu masalah yang dihadapi nasabah adalah kartu debetnya tidak bisa digunakan dan harus ke kantor cabang, karena proses migrasi dilakukan secara bertahap. Nasabah perlu melakukan migrasi agar transaksinya tetap berjalan lancar. Untuk memberikan kenyamanan dan kemudahan, para nasabah bisa melakukan migrasi rekening dengan dua cara, yaitu dengan cara daring atau dengan menggunakan aplikasi BSI *Mobile* maupun hadir langsung ke kantor cabang bank syariah sebelumnya. (Roadmap BSI, 2020-2025.)

Pada masa migrasi sangat banyak ditemukan keluhan dari nasabah, salah satunya yaitu karena adanya *downgrade* fitur rekening yang dirasakan khususnya oleh nasabah *ex-BNI* Syariah. Dari pengamatan peneliti di medsos maupun dari kerabat dekat, kebanyakan keberatan karena menu transaksi di ATM BNI tidak lagi *full* menu, tidak lagi gratis transfer dari maupun ke rekening BNI, dan tidak lagi bisa bertransaksi di cabang BNI. Fitur gratis rekening BSI di luar jaringan BSI hanya tarik tunai di ATM Mandiri. Selain itu, adanya saldo minimum Rp 50.000 juga dikeluhkan oleh para nasabah, sehingga dari fenomena di atas melahirkan persepsi yang beragam.

Sebagai bahan pertimbangan dalam skripsi ini, peneliti memasukkan penelitian terdahulu sebagai berikut. Dalam hasil penelitian Meri Anggraini (2021) menemukan persepsi yang berbeda-beda dari masing-masing informan. Terdapat enam kategori yang dipersepsikan mahasiswa yaitu BSI merupakan bank syariah yang beroperasi dengan menggunakan prinsip syariah yaitu 88%, BSI merupakan gabungan dari BRI Syariah, BNI Syariah dan Bank Syariah Mandiri yaitu 94%, BSI belum sepenuhnya menjalankan konsep berdasarkan prinsip syariah yaitu 18%, BSI hanya sebagai wadah atau jika ada keperluan saja yaitu 44%, BSI merupakan bank yang melakukan kerja sama dengan UIN STS Jambi yaitu 24%, dan yang belum benar-benar memahami apa itu BSI yaitu 12%. Terdapat 4 faktor yang mempengaruhi dari ke 6 (enam) kategori persepsi, yaitu faktor pribadi, faktor psikologis, faktor sosial, dan faktor budaya.

Sama halnya dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Indriatmini Noegroho (2021) adalah Setelah masa krisis moneter yang dialami Indonesia serta dampak yang dihadapi oleh beberapa bank nasional yang sebagian harus dilikuidasi, muncul strategi alternatif yaitu kebijakan merger sebagai kebijakan dalam mempertahankan bank-bank yang akan dilikuidasi serta memperbaiki kinerja bank nasional agar dapat bekerja dan beroperasi secara efisien. Proses merger bagi perbankan memiliki dampak langsung baik positif maupun dampak negatif seperti yang telah kami paparkan diatas, tergantung dari perspektif kita

memandangnya dan strategi yang dilakukan oleh perbankan itu sendiri.

Selanjutnya hasil penelitian oleh Dwi Setiawati (2021) adalah untuk mengetahui persepsi masyarakat kelurahan Sumur Dewa RT.20 RW.06 tentang merger 3 bank syariah. Untuk mengungkapkan persoalan tersebut, penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Pengumpulan data untuk penelitian ini menggunakan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian diperoleh kesimpulan bahwa persepsi masyarakat tentang merger 3 bank syariah, sudah mengetahui dan mendukung dengan adanya merger 3 bank syariah dan masyarakat juga yakin dengan adanya merger ini bank syariah akan lebih maju dan bank syariah juga akan semakin besar.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk melakukan suatu penelitian yang berkaitan dengan judul **“Persepsi Nasabah Terhadap Kualitas Pelayanan Bank Syariah Indonesia (BSI) Pasca Migrasi Pada Cabang Kota Banda Aceh”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang disebutkan di atas, maka dapat di rumuskan permasalahan dalam penelitian ini adalah Bagaimana Persepsi Nasabah Terhadap Kualitas Pelayanan Bank Syariah Indonesia (BSI) Pasca Migrasi Pada Cabang Kota Banda Aceh.

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Persepsi Nasabah Terhadap Kualitas Pelayanan Bank Syariah Indonesia (BSI) Pasca Migrasi Pada Cabang Kota Banda Aceh.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi :

1. **Manfaat Praktisi**  
Dilihat dari segi ilmu pengetahuan penelitian ini memiliki manfaat untuk menambah pengetahuan masyarakat tentang Kepuasan Nasabah Terhadap Pelayanan Bank Syariah Indonesia Pasca Migrasi Di Kota Banda Aceh.
2. **Bagi Penulis**  
Dilihat dari segi akademik penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan serta menjadi tambahan literatur untuk kedepannya bagi mahasiswa/mahasiswi dengan kasus yang sama.
3. **Masyarakat**  
Dilihat dari segi masyarakat penelitian ini memiliki manfaat untuk memberikan informasi bagi masyarakat yang menjalankan suatu bisnis atau usaha agar tahu bagaimana cara memasarkan produknya dan diharapkan dapat menambah wawasan masyarakat tentang Bank Syariah Indonesia.

## **1.5 Sistematika Pembahasan**

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

### **BAB I : Pendahuluan**

Bab ini terdiri dari latar belakang masalah yang berisikan uraian tentang permasalahan yang diteliti, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika pembahasan.

### **BAB II : Landasan Teori**

Bab ini menjelaskan kajian pustaka memuat tentang teori-teori yang berkaitan dengan penelitian ini, selain itu memaparkan penelitian terdahulu atau yang sudah pernah diteliti agar tidak ada kesamaan dengan penelitian sebelumnya.

### **BAB III : Metode Penelitian**

Bab ini menjelaskan tentang prosedur dalam melakukan penelitian, jenis penelitian yang digunakan ialah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif, sumber data yang dikumpulkan data primer, teknik pengumpulan data menggunakan metode angket.

#### **BAB IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Bab ini memuat deskripsi obyek penelitian, hasil analisis serta pembahasan secara mendalam tentang hasil temuan dan menjelaskan implikasinya. Pada hasil ini penelitian dikemukakan Bagaimana Persepsi Nasabah Terhadap Kualitas Pelayanan Bank Syariah Indonesia (BSI) Periode Imigrasi Pada Cabang Kota Banda Aceh.

#### **BAB V : Penutup**

Bab ini terdiri dari dua sub yaitu kesimpulan dari hasil penelitian dan saran atau masukan untuk penelitian ini.



## **BAB II**

### **LANDASAN TEORITIS**

#### **2.1 Pengertian Persepsi**

Persepsi secara etimologi berasal dari bahasa latin *perceptio* yakni menerima atau mengambil. Persepsi merupakan suatu proses bagaimana stimulus-stimulus yang mempengaruhi tanggapan-tanggapan itu diseleksi dan interpretasikan. Tanggapan individu dapat dipengaruhi oleh stimulus berupa bentuk fisik maupun komunikasi verbal. Salah satu stimulus yang penting yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen adalah lingkungan (sosial dan budaya), setiap orang memiliki persepsi yang berbeda-beda terhadap suatu objek sehingga persepsi memiliki sifat subjektif (Sutisna, 2016).

Persepsi adalah suatu proses psikologis sebagai hasil dari penginderaan serta proses terakhir dari kesadaran sehingga terbentuk proses berpikir. Senada dengan hal tersebut, persepsi juga merupakan proses pemahaman maupun pemberian makna terhadap suatu rangsangan/stimulus, dimana rangsangan tersebut berasal dari proses penginderaan terhadap objek, peristiwa atau hubungan-hubungan antar gejala yang kemudian otak memproses stimulus tersebut (Sumanto, 2014).

Persepsi merupakan suatu proses dimana individu memilih, mengorganisasikan, serta memberikan kesan terhadap stimuli menjadi sesuatu yang memiliki makna. Stimuli yang dapat

menimbulkan persepsi bisa bermacam-macam bentuknya, seperti segala sesuatu yang langsung mengenai indera manusia (segala sesuatu yang bisa dicium, segala sesuatu yang bisa dilihat, segala sesuatu yang bisa didengar, segala sesuatu yang bisa diraba) (Schiffman & Kanuk , 2014).

### **2.1.1 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi**

Menurut Thoah (2013) persepsi dipengaruhi oleh faktor-faktor sebagai berikut : 1) Faktor internal : faktor internal ini berasal dari perasaan, sikap, prasangka, keinginan, perhatian, proses belajar, keadaan fisik, gangguan kejiwaan, nilai, kebutuhan, minat, maupun kepribadian individu. 2) Faktor eksternal : berasal dari latar belakang keluarga, informasi yang diperoleh, pengetahuan dan kebutuhan sekitar, ukuran, intensitas, hal-hal baru dan ketidaksiapan terhadap suatu objek.

Menurut Walgito (2014), terdapat beberapa faktor yang berperan dalam persepsi, yaitu: 1) Objek yang dipersepsi Objek menimbulkan suatu rangsangan yang mengenai alat indera atau reseptor. Stimulus dapat datang dari luar individu yang dipersepsi, tetapi juga dapat datang dari dalam diri individu yang bersangkutan yang langsung mengenai syaraf penerima yang bekerja sebagai reseptor. 2) Alat indera dan susunan syaraf alat indera merupakan suatu alat untuk menerima rangsangan/stimulus, disamping itu juga ada susunan syaraf yang berfungsi sebagai penerus stimulus ke otak. Sebagai alat untuk mengadakan respon maka diperlukan motoris sehingga dapat membentuk persepsi

seseorang. 3) Perhatian Untuk mengadakan persepsi diperlukan adanya suatu perhatian.

Perhatian merupakan pemusatan atau konsentrasi dari seluruh aktivitas individu yang tertuju terhadap objek. Faktor-faktor tersebut menjadikan persepsi individu berbeda satu sama lain dan berpengaruh terhadap individu dalam mempersepsikan suatu objek, meskipun objek tersebut benar-benar sama. Perbedaan persepsi tersebut dapat disebabkan karena adanya perbedaan individu, perbedaan dalam kepribadian, perbedaan sikap maupun perbedaan motivasi. Pada dasarnya proses terbentuknya persepsi ini terjadi dalam diri seseorang, namun persepsi juga dipengaruhi oleh pengalaman, proses belajar dan pengetahuannya.

### **2.1.2 Proses Persepsi**

Menurut Thoha (2013), proses terbentuknya persepsi didasari pada beberapa tahapan, yaitu : 1) Rangsangan/stimulus yang hadir dari lingkungan seseorang merupakan awal dari proses terjadinya persepsi. 2) Registrasi, dalam proses registrasi, seseorang dapat mendengar atau melihat informasi yang terkirim kepadanya melalui alat indera yang dimilikinya. Kemudian mendaftarkan semua informasi yang terkirim kepadanya tersebut. 3) Interpretasi merupakan suatu proses pemberian kesan kepada stimulus yang diterimanya. Proses interpretasi tersebut bergantung kepada cara pendalaman, motivasi maupun kepribadian seseorang.

Bentuk-bentuk persepsi merupakan pandangan berdasarkan penilaian terhadap suatu objek yang terjadi, kapan saja, dimana

saja, jika dipengaruhi oleh stimulus. Ada dua bentuk persepsi yakni persepsi positif dan persepsi negatif (Slameto, 2016) : 1) Persepsi positif adalah persepsi atau pandangan terhadap suatu objek dan menuju pada suatu keadaan dimana subjek yang mempersepsikan cenderung menerima objek yang ditangkap karena sesuai dengan pribadinya. 2) Persepsi negatif yaitu persepsi atau pandangan terhadap suatu objek dan menuju pada suatu keadaan dimana subjek yang mempersepsikan cenderung menolak objek yang ditangkap karena tidak sesuai dengan pribadinya.

### **2.1.3 Indikator Persepsi**

Menurut Walgito (2004), indikator-indikator persepsi terdiri dari :

- 1) Penyerapan terhadap rangsangan atau penerimaan rangsang oleh panca indera baik berupa penglihatan, pendengaran, peraba, pencium, dan pengecap dilakukan secara sendiri-sendiri maupun bersama-sama. Alat-alat indera yang menerima atau menyerap rangsangan tersebut akan menciptakan suatu gambaran, tanggapan atau kesan di dalam otak.
- 2) Pengertian atau pemahaman setelah terjadi kesan atau gambaran didalam otak, maka gambaran atau kesan tersebut di kelola, di golongan, dibandingkan maupun diinterpretasi sehingga terbentuklah pengertian atau pemahaman. Gambaran-gambaran

lama yang telah dimiliki individu sebelumnya (persepsi) dapat membentuk suatu pengertian atau pemahaman secara unik dan cepat.

- 3) Penilaian atau evaluasi penilaian individu terjadi setelah seseorang memiliki pengertian atau pemahaman. Melalui pengertian tersebut, individu membandingkan dengan kriteria yang dimiliki individu tersebut. Penilaian setiap individu berbeda-beda meskipun objeknya sama, karena itu persepsi bersifat subjektif

## **2.2 Kualitas Pelayanan**

Kata kualitas memiliki banyak definisi yang berbeda. Salah satunya yaitu, kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Definisi lain juga menjelaskan kualitas sebagai suatu strategi dasar bisnis yang menghasilkan barang dan jasa yang memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen internal dan eksternal, secara eksplisit dan implisit (Tjiptono, 2007).

Modernitas dengan kemajuan teknologi akan mengakibatkan persaingan yang sangat ketat untuk memperoleh dan mempertahankan pelanggan. Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan untuk dilakukan supaya mampu bertahan dan tetap menjadi suatu keharusan untuk dilakukan supaya mampu bertahan

dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan. Sedangkan definisi kualitas menurut Kotler (2015) adalah, seluruh ciri serta sifat suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat. Berdasarkan beberapa pengertian kualitas diatas dapat diartikan bahwa kualitas hidup kerja harus merupakan suatu pola pikir, yang dapat menerjemahkan tuntutan dan kebutuhan pasar konsumen dalam suatu proses manajemen dan proses produksi barang atau jasa terus menerus tanpa hentinya sehingga memenuhi persepsi kualitas pasar konsumen tersebut (Wahyuningsih, 2012).

Pelayanan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) dinyatakan pelayanan adalah perihal dan memudahkan yang diberikan sehubungan dengan jual beli barang dan jasa. Sedangkan definisi pelayanan yang lebih rinci adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disebabkan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen (Ratminto, 2015).

Memberikan pelayanan terbaik kepada umat manusia adalah pekerjaan yang sangat mulia dan merupakan pintu kebaikan bagi siapa saja yang mau melakukannya. Sebagian kecil dari ayat Al-Qur'an dan hadits-hadits yang mendorong umat manusia untuk memberikan pelayanan terbaik kepada sesama. Akan tetapi

sebelum berbicara lebih jauh Islam meletakkan batasan yang difirmankan oleh Allah dalam salah satu surat Al-Maidah ayat 2:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَحْلُوا شَعَائِرَ اللَّهِ وَلَا الشَّهْرَ الْحَرَامَ وَلَا الْهَدْيَ وَلَا الْقَلَائِدَ وَلَا أَمِينَ  
الْبَيْتِ الْحَرَامِ يَبْتَغُونَ فَضْلًا مِنْ رَبِّهِمْ وَرِضْوَانًا وَإِذَا حَلَلْتُمْ فَاصْطَادُوا وَلَا يَجْرِمَكُمْ شَتَانُ  
قَوْمٍ أَنْ صَدُّوكُمْ عَنِ الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ أَنْ تَعْتَدُوا وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا  
عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman janganlah kamu melanggar syiar-syiar kesucian Allah, dan jangan (melanggar kehormatan) bulan-bulan haram, jangan (mengganggu) hadyu (hewan-hewan kurban) dan qala'id (hewan-hewan kurban yang diberi tanda), dan jangan (pula) mengganggu orang-orang yang mengunjungi Baitulharam; mereka mencari karunia dan keredaaan Tuhannya. Tetapi apabila kamu telah menyelesaikan ihram, maka bolehlah kamu berburu. Jangan sampai kebencian(mu) kepada suatu kaum karena mereka menghalang-halangi dari Masjidilharam, mendorongmu berbuat melampaui batas (kepada mereka). Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan permusuhan. Bertakwalah kepada Allah, sungguh, Allah sangat berat siksaan-Nya”. (Qs. Al-Maidah 5:2)

Berdasarkan ayat diatas Allah SWT memerintahkan kepada kita untuk saling menolong didalam koridor “mengerjakan kebajikan dan takwa” dan Allah SWT melarang sebaliknya. Jika kita melanggar ketentuan Allah maka hukuman akan diberikan dan “Sesungguhnya Allah SWT amat berat siksa-Nya”. Jadi interaksi itu boleh dilakukan kapanpun dan dengan siapapun selama tidak

melanggar batasan diatas. Dalam salah satu haditsnya Rasulullah SAW memerintahkan kepada kita agar berusaha untuk menjadi manusia yang bermanfaat bagi sesama, bahkan beliau menjadikan “bermanfaat bagi sesama” sebagai parameter baik tidaknya kualitas iman seseorang.

Selain itu pelayanan juga didefinisikan sebagai kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan landasan faktor material melalui sistem prosedur dan dengan metode tertentu dalam rangka usaha memenuhi kepentingan orang lain sesuai haknya. Dari beberapa definisi di atas, dapat diketahui bahwa ciri pokok pelayanan adalah tidak kasat mata dan melihat upaya manusia atau peralatan lain yang disediakan perusahaan penyelenggara pelayanan. Hal ini menjelaskan bahwa pelayanan adalah bentuk sistem, prosedur atau metode tertentu yang diberikan kepada orang lain dalam hal pelanggan agar kebutuhan pelanggan tersebut dapat terpenuhi sesuai dengan harapan mereka (Moenir, 2018).

### **2.2.1 Definisi Kualitas Pelayanan**

Menurut Lawis & Booms (2014) kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat pelayanan yang diberikan mampu sesuai dengan harapan pelanggan. Adanya faktor yang memengaruhi kualitas pelayanan yaitu jasa yang diharapkan dan jasa yang dirasakan atau dipersepsikan. Apabila jasa yang diharapkan, maka kualitas pelayanan tersebut akan dipersiapkan

baik positif. Jika jasa yang dipersepsikan melebihi jasa yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan negatif atau buruk.

Maka baik tidaknya kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggan secara konsisten. Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan supaya mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan. Pola konsumsi dan gaya hidup pelanggan menuntut perusahaan mampu memberikan pelayanan yang berkualitas dapat ditentukan dengan pendekatan *service quality* (Lupyoadi, 2011).

### **2.2.2 Standar Kualitas Pelayanan**

Ada lima dimensi layanan yang harus dipenuhi dalam pelayanan menurut Zeithaml, Parasurahman & Berry (2014) yaitu *Compliance*, *Assurance*, *Reliability*, *Tangible*, dan *Emphaty*. Sehingga dari kelima dimensi tersebut memiliki peran dalam mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah.

#### **a. *Compliance* (Kepatuhan)**

Kepatuhan terhadap aturan atau hukum-hukum yang telah ditetapkan oleh Allah SWT (Syariah). Kemampuan untuk memenuhi hukum Islam dan beroperasi berdasarkan prinsip perbankan dan ekonomi Islam. Syariah Islam merupakan pedoman sekaligus aturan yang diturunkan untuk diamalkan oleh para pemeluknya dalam setiap kehidupan agar tercipta keharmonisan dan kebahagiaan. Pengetahuan seseorang tentang syariah akan meningkatkan kepatuhannya terhadap perintah dan larangan,

sehingga memunculkan kepribadian yang penuh moral dan etika. Keyakinan terhadap syariah Islam akan memberikan stabilitas emosi pada individu dan motivasi positif dalam setiap aktivitas bisnisnya.

b. *Assurance* (Jaminan)

Pengetahuan yang luas karyawan terhadap produk, kemahiran dalam menyampaikan jasa, sikap ramah/sopan, serta kemampuan mereka untuk menumbuhkan kepercayaan nasabah. Pengetahuan dan kemahiran atas suatu produk hanya akan diperoleh dari sebuah proses belajar yang tekun dan bersungguh-sungguh. Islam memerintahkan agar setiap muslim senantiasa belajar dengan tekun dan terus meningkatkan kemampuan dirinya. Pengetahuan dan kesopanan karyawan dan kemampuan mereka untuk menyampaikan kepercayaan dan kepercayaan diri. Ini juga mencakup komunikasi verbal dan tertulis antara staf bank.

Peningkatan pengetahuan personal sangatlah penting bagi organisasi jasa. Karyawan yang memiliki pengetahuan luas terhadap sebuah jasa, akan mampu berbicara lebih luas tentang jasa tersebut dan dapat menyampaikan jasa lebih baik kepada nasabah. Proses penyampaian jasa yang baik dapat meningkatkan kepercayaan nasabah terhadap organisasi, karena nasabah akan membandingkan informasi yang dia dapat dengan pengalaman setelah menggunakan jasa.

Apabila informasi yang didapat berbanding lurus dengan pengalaman, maka persepsi positif nasabah terhadap produk jasa

tersebut akan semakin bertambah, dan selanjutnya dapat mendorong keputusan pelanggan untuk menggunakannya kembali pada masa yang akan datang. Bagian lain dari dimensi *assurance* adalah sikap karyawan yang ramah dan sopan. Hal tersebut dapat menarik perhatian dan membentuk hubungan baik antara kedua belah pihak. Sikap tersebut merupakan bagian dari etika perdagangan yang harus dijalankan oleh setiap muslim.

c. *Reliability* (Keandalan)

Kemampuan penyampaian kinerja yang telah dijanjikan kepada nasabah secara handal dan akurat, artinya nasabah dapat melihat dan memberikan kesan spontan bahwa kinerja jasa yang diberikan oleh organisasi terjamin, tepat, dan terasa memberikan kemudahan bagi pelanggan. Hal ini dapat dilihat dari sistematika pelayanan dan bentuk pelayanan. Keandalan merupakan inti dari kualitas jasa, karena nasabah menilainya berdasarkan pengalaman dalam menggunakan jasa tersebut (Lovelock & Wright, 2007: 99). Oleh karena itu, sebuah organisasi jasa syariah harus mampu menyediakan jasa yang telah dipublikasikannya secara handal dan akurat.

d. *Tangibles* (Wujud Fisik)

Menyangkut fasilitas fisik, peralatan, personel, dan alat komunikasi organisasi yang tampak, peralatan yang digunakan, serta bahan komunikasi yang digunakan oleh organisasi jasa. Wujud fisik merupakan wujud fisik yang akan menunjukkan identitas organisasi sekaligus faktor pendorong munculnya

persepsi awal nasabah terhadap suatu organisasi jasa. Profesionalitas sebuah organisasi jasa dapat dilihat dari wujud fisik yang ditampilkan. Hal ini mengandung konsekuensi bahwa sebuah organisasi jasa belum dapat dikatakan profesional ketika organisasi jasa tersebut belum mampu menampilkan wujud fisik yang dapat di indera oleh nasabah dalam proses penyajian jasanya.

Oleh karena itu, organisasi jasa syariah harus mengkreasi bentuk fisik bangunan dan peralatan yang menunjang operasionalnya sedemikian rupa sehingga nasabah merasa nyaman dan memiliki kepercayaan terhadap organisasi tersebut. Hal ini ditunjukkan dengan penampilan fisiknya mencerminkan nilai-nilai Islam, mulai dari kenyamanan, ketersediaan fasilitas, kebersihan, serta hal-hal lain yang berkaitan dengan penampilan fisik sebuah organisasi jasa syariah yang dapat membantu setiap muslim untuk meningkatkan keimanan dan ketakwaannya.

e. *Empathy* (Kepedulian)

Menyangkut kepedulian organisasi terhadap maksud dan kebutuhan pelanggan, komunikasi yang baik dengan pelanggan, dan perhatian khusus terhadap mereka. Sebuah organisasi jasa syariah harus senantiasa memberikan perhatian khusus terhadap masing-masing pelanggannya yang ditunjukkan dengan sikap komunikatif yang diiringi dengan pemahaman tentang kebutuhan pelanggan. *Empathy* dapat mendekatkan hubungan antara organisasi dan pelanggannya sehingga membentuk pola interaksi positif yang menguntungkan kedua belah pihak. Carter akhirnya

dapat memberikan manfaat berikut untuk bank syariah (Restu, 2019):

1. Pendekatan pertama untuk menambah dan memadukan keyakinan agama dan nilai-nilai budaya pelanggan dengan dimensi kualitas lainnya.
2. Instrumen analisis kepuasan pelanggan *multi face*.
3. Metode ini menghubungkan kualitas dengan kepuasan nasabah dan pertemuan layanan.
4. Memberikan informasi di beberapa tingkatan, sudah diatur dalam pengelompokan yang bermakna.
5. Pendekatan yang terbukti dalam menghasilkan jawaban yang dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan nasabah.
6. Memiliki landasan empiris, sistematis dan terdokumentasi dengan baik.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) yang dimaksud dengan kata pelayanan adalah membantu mengatur atau mempersiapkan segala kebutuhan yang perlu dipenuhi seseorang. Menurut Kotler layanan adalah suatu hal yang tidak berwujud yaitu suatu tindakan atau pekerjaan yang dilakukan oleh satu pihak kepada pihak lainnya dan tidak akan menyebabkan terjadinya pengalihan kepemilikan. Menurut Zethmal & Bitner yang dikutip oleh Hidayat (2018) yang dimaksud dengan jasa adalah segala kegiatan ekonomi yang hasilnya tidak tampak dalam bentuk fisik

atau produk konstruksi, biasanya diproduksi dan dikonsumsi pada waktu yang bersamaan serta memberikan nilai tambah.

Dapat diketahui bahwa ciri utama pelayanan adalah tidak kasat mata, dan melihat upaya tenaga kerja atau peralatan lain yang disediakan oleh perusahaan penyedia layanan. Hal tersebut menjelaskan bahwa layanan merupakan suatu bentuk sistem, proses, atau metode tertentu yang diberikan kepada orang lain dari sudut pandang nasabah sehingga kebutuhan nasabah dapat terpenuhi sesuai dengan harapannya (Febriana, 2016).

Berdasarkan definisi di atas, penulis menyimpulkan bahwa terjadinya suatu pelayanan melibatkan dua belah pihak yaitu produsen dan konsumen pada suatu perusahaan, misalkan pada suatu industri perbankan yaitu adanya pihak karyawan bank dan nasabahnya yang saling berinteraksi. Layanan merupakan suatu kegiatan yang ditawarkan suatu pihak kepada nasabahnya yang tidak berwujud yang dapat memenuhi permintaan dan memiliki ekspektasi yang memuaskan bagi nasabah.

Kualitas layanan merupakan tingkat kesesuaian harapan nasabah. Indikator dalam menentukan kualitas layanan terdiri dari (Firmansyah, 2019):

- 1) *Reliability*, yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan janji yang ditawarkan.
- 2) *Responsiveness*, yaitu *respon* atau kesiapan karyawan dalam membantu nasabah dan

memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap, seperti kesigapan karyawan dalam penanganan keluhan dari nasabah.

- 3) *Assurance*, termasuk kemampuan karyawan untuk memahami produk yang tepat, keramahan, perhatian dan kesopanan dari layanan, kemampuan untuk memberikan informasi, kemampuan untuk memberikan keamanan saat menggunakan layanan yang diberikan dan kemampuan untuk menanamkan kepercayaan nasabah terhadap perusahaan.
- 4) *Empathy*, dalam hal ini perusahaan memberikan perhatian secara personal kepada pelanggan, seperti kemudahan kontak dengan perusahaan, kemampuan karyawan dalam berkomunikasi dengan pelanggan, serta upaya perusahaan dalam memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan.
- 5) *Tangibles*, berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan.

### **2.3 Pengertian Kepuasan**

Salah satu tujuan utama perusahaan jasa dalam hal ini yaitu untuk meningkatkan jumlah nasabahnya, baik itu secara kuantitas maupun kualitas. Dapat diartikan secara kuantitas jumlah nasabah

bertambah cukup signifikan dari waktu ke waktu, sedangkan secara kualitas yaitu nasabah yang didapat merupakan nasabah yang produktif yang mampu memberikan laba bagi bank. Salah satu kunci untuk tercapainya tujuan tersebut maka dapat dilakukan dengan berbagai cara salah satunya yaitu memberikan kepuasan nasabah/pelanggan. Kepuasan yang dirasakan oleh nasabah sangat bernilai bagi bank atau suatu perusahaan (Kasmir, 2008).

Kepuasan atau “*satisfaction*” berasal dari bahasa latin “*satis*” yang artinya cukup baik dan “*facio*” yang artinya melakukan atau membuat. Kepuasan dapat diartikan sebagai “upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai”. Kepuasan merupakan perasaan senang ataupun kecewa seorang yang hadir setelah menilai hasil kinerja produk yang didapatkan terhadap hasil kinerja yang diharapkan. Jika kinerja tidak sesuai harapan maka nasabah merasa kurang puas, namun sebaliknya jika kinerja memenuhi harapannya maka nasabah merasa sangat puas dan senang (Kotler, 2009).

Menurut Tjiptono (2012) kepuasan nasabah adalah respon nasabah terkait evaluasi persepsi atas perbedaan antara harapan awal sebelum digunakan (standar kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk sebagaimana dipersepsikan setelah penggunaan produk yang bersangkutan. Konsep kepuasan bukanlah konsep yang absolut, melainkan relatif atau tergantung pada apa yang diharapkan nasabah. Menurut Supratno (2013) tersenyum dan mengatakan hal-hal yang baik merupakan manifestasi atau

indikator tentang suatu *construct* yang disebut dengan kepuasan nasabah.

Berdasarkan beberapa menurut para ahli di atas penulis menyimpulkan bahwa kepuasan merupakan ekspektasi nasabah terhadap kinerja perusahaan. Jika kinerja yang diberikan perusahaan memenuhi harapan nasabah maka nasabah akan merasa puas, begitu pula sebaliknya. Jika kinerja yang diberikan perusahaan tidak sesuai dengan harapan nasabah maka nasabah akan merasa tidak puas.

Secara umum kepuasan nasabah pada dasarnya tergambar pada dua bentuk pelayanan, yaitu sebagai berikut (Arif, 2010) :

1) Material

- a) Gedung yang mewah
- b) *Lay out* ruangan yang tertata rapi
- c) Ruangan tunggu yang bersih dan nyaman
- d) Ruangan *toilet* yang bersih
- e) Ruangan mushalla yang bersih dan nyaman
- f) Penampilan pegawai bank yang sopan
- g) Mesin ATM yang selalu *on-line* dan rapi
- h) Sarana dan prasarana yang lengkap

2) *Immaterial*

- a) Ramah, sopan, tanggap, dan akrab
- b) Pelayanan yang hangat
- c) Merasa dihormati/ dihargai
- d) Merasa senang dan puas

Kemudian, ada tiga jenis kepuasan nasabah, yaitu :

Kepuasan pelanggan/nasabah terkait kualitas layanan internal dan kepuasan layanan internal karyawan tentunya akan mendorong loyalitas karyawan kepada perusahaan. Selain itu, loyalitas karyawan akan berdampak pada produktivitas. Produktivitas karyawan akan menciptakan dan menentukan kepuasan nasabah. Akhirnya, kepuasan nasabah ini akan membangun loyalitas pelanggan.

### **2.3.1 Manfaat Kepuasan**

Adapun manfaat dari kepuasan yang didapatkan oleh nasabah, yaitu (Kasmir, 2012):

- 1) Kepuasan nasabah yang diberikan bank akan berimbas sangat luas bagi peningkatan keuntungan bank. Atau dengan kata lain, apabila nasabah puas terhadap pembelian jasa bank, maka nasabah tersebut.
- 2) Loyal pada bank, artinya kemungkinan kecil nasabah akan pindah ke bank yang lain dan akan tetap setia menjadi nasabah yang bersangkutan.
- 3) Mengulang kembali pembelian produknya, artinya kepuasan terhadap pembelian jasa bank akan menyebabkan nasabah membeli kembali terhadap jasa yang ditawarkan secara berulang-ulang.
- 4) Membeli lagi produk lain dalam bank yang sama, dalam hal ini nasabah akan memperluas pembelian jenis jasa yang

ditawarkan sehingga pembelian nasabah menjadi makin beragam dalam satu bank.

- 5) Memberikan promosi gratis dari mulut ke mulut. Hal inilah yang menjadi keinginan bank karena pembicaraan tentang kualitas pelayanan bank ke nasabah lain akan menjadi bukti terhadap kualitas jasa yang ditawarkan.

### **2.3.2 Strategi Kepuasan**

Adapun strategi dalam kepuasan dapat dilihat dari beberapa strategi, diantaranya sebagai berikut (Arif, 2010):

1. *Relationship Marketing Strategy* (Strategi Pemasaran Berkesinambungan)

Menjalin hubungan yang baik secara terus menerus (berkesinambungan) dengan nasabah tidak hanya dalam jangka waktu yang pendek tetapi hubungan jangka panjang, nasabah bukan hanya puas tetapi juga loyal pada bank kita. Oleh karena itu bank harus terus memelihara dan meningkatkan pelayanan sesuai dengan yang dibutuhkan dan diinginkan nasabah dan pihak bank harus mampu menjalin tali silaturahmi yang baik dengan nasabah agar nasabah merasa puas dengan layanan yang diberikan oleh pihak bank, maka hal ini juga akan meningkatkan loyalitas nasabah kepada bank tersebut. Misalnya pihak bank mencatat biodata diri nasabah ketika nasabah tersebut berulang tahun diberikan ucapan selamat ulang tahun baik itu hanya dengan ucapan ataupun bingkisan.

## 2. Strategi Pelayanan Prima

Menawarkan pelayanan yang lebih baik dibandingkan dengan pesaing, usaha ini biasanya membentuk biaya yang cukup besar. Tetapi juga dapat memberikan dampak yang cukup positif kepada nasabahnya seperti menyediakan jaringan ATM di daerah-daerah dan menyediakan alternatif yang memudahkan nasabah seperti *Mobile Banking* yang dapat diakses melalui perangkat android maupun ios, secara rincinya strategi pelayanan prima ini sebagai berikut:

- a) Semua transaksi dilayani/dilaksanakan dengan cepat dan cermat.
- b) Melayani kebutuhan nasabah di luar produk yang dijual oleh bank.
- c) Berlaku ramah, sopan dan selalu membantu nasabah.
- d) Selalu berusaha mengerti keinginan nasabah.
- e) Selalu melayani nasabah dengan tepat waktu.

## 3. Strategi penanganan keluhan yang efisien dan efektif

Setiap nasabah memiliki jenis keluhan yang berbeda-beda, dapat berupa:

- a) Nasabah tidak memperoleh apa yang telah dijanjikan bank.
- b) Mendapat pelayanan yang kurang baik.
- c) Kurang diperhatikan oleh petugas bank.
- d) Tidak didengarkan saran-sarannya.
- e) Pelayanan yang tidak akurat.

Cara menangani keluhan yang disampaikan oleh nasabah, dapat diatasi dengan cara sebagai berikut (Arif, 2010) :

- a) Empati terhadap nasabah yang marah dalam menghadapi jenis karakter nasabah yang seperti ini, petugas bank harus mendengarkan keluhan tersebut dengan penuh kesabaran dan pengertian.
- b) Tangani keluhan dengan cepat dan akurat Setelah mendengar keluhan, memahami masalah yang dihadapi nasabah, segera hadapi dengan cepat, ramah, dan meyakinkan.

### **2.3.3 Pengukuran Kepuasan**

Untuk mengukur kepuasan pelanggan dengan kualitas layanan perhatian penuh pun harus diberikan pada dimensi atau atribut yang digunakan sebagai dasar pengukuran, indikator-indikator untuk mengukur kepuasan pelanggan terhadap layanan Konten yang disediakan adalah sebagai berikut (Utami, 2009):

- a) Ketepatan waktu pelayanan. Hal-hal yang diperlukan adalah berkaitan dengan waktu tunggu dan waktu proses.
- b) Akurasi pelayanan, berkaitan dengan reliabilitas pelayanan dan bebas dari kesalahan.
- c) Kesopanan dan keramahan dalam memberikan pelayanan, terutama bagi mereka yang berinteraksi langsung dengan pelanggan eksternal.
- d) Tanggung jawab, berkaitan dengan penerimaan pesanan dan penanganan keluhan pelanggan.

- e) Kelengkapan, menyangkut lingkup pelayanan dan ketersediaan sarana pendukung serta pelayanan komplementer lainnya.
- f) Kemudahan mendapatkan pelayanan, berkaitan dengan banyaknya *outlet*, petugas yang melayani, fasilitas pendukung dan lain sebagainya.
- g) Kenyamanan dalam memperoleh pelayanan, berkaitan dengan lokasi, ruang tempat pelayanan, kemudahan menjangkau tempat parkir kendaraan, ketersediaan informasi petunjuk dan bentuk lainnya.
- h) Atribut pendukung pelayanan lainnya, seperti lingkungan, kebersihan, fasilitas hiburan, AC dan lain sebagainya.

Ada empat metode yang dapat digunakan untuk mengukur dan melihat kepuasan nasabah yaitu (Kasmir, 2008):

- 1) Sistem keluhan dan saran (*complaint and suggestion system*), suatu perusahaan membuka kotak saran melalui *e-mail*, panggilan bebas pulsa, *hotline* pelanggan, kartu komentar, kotak saran, dan berbagai metode keluhan lainnya untuk meminta seberapa banyak keluhan atau komplain nasabah yang dilakukan nasabah dalam satu periode semakin banyak berarti semakin kurang baik demikian juga sebaliknya. Untuk itu perlu adanya sistem dalam menangani berbagai keluhan dan saran dari nasabah, informasi ini memungkinkan perusahaan untuk

memprediksi dan dengan cepat menanggapi kritik dan saran Konsumen akan mengevaluasi kecepatan dan daya tanggap perusahaan dalam menghadapi kritik dan saran.

- 2) Survei kepuasan pelanggan (*customer satisfaction surveys*), suatu perusahaan/bank sangat penting melakukan survei secara berkala baik itu melalui wawancara maupun angket mengenai segala sesuatu yang berkaitan dengan perusahaan/bank dimana tempat nasabah melakukan transaksi selama ini. Maka dari sebab itu perlu adanya survei kepuasan bagi setiap nasabah dengan harapan survei tersebut akan mendapatkan umpan balik yang positif dari nasabah, survei dapat dilakukan melalui surat, telepon atau wawancara pribadi dan nasabah juga dapat diminta untuk mengisi formulir survei.
- 3) Konsumen bayangan (*ghost shopping*), suatu perusahaan dapat menempatkan karyawannya atau menunjuk orang-orang tertentu (termasuk orang lain dan manajemen) sebagai nasabah perusahaan/bank lain atau perusahaannya sendiri. konsumen bayangan ini akan melaporkan kekuatan dan kelemahan para pelayan yang melayaninya itu juga melaporkan segala sesuatu yang berguna untuk pengambilan keputusan manajemen ini sebagai upaya mencari solusi dari sudut pandang konsumen.
- 4) Analisis mantan pelanggan, dengan melihat catatan nasabah yang pernah menjadi nasabah bank guna

mengetahui sebab-sebab mereka tidak lagi menjadi nasabah bank kita. Dan juga dapat mengetahui dengan cara menghubunginya, dengan meminta alasan mengapa mereka berhenti menjadi nasabah pada perusahaan/bank dan memilih pindah ke perusahaan/bank lain.

#### **2.4 Definisi Kepuasan Nasabah**

Menurut Tjiptono (2016) kepuasan pelanggan/konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dengan harapan-harapannya. Jika kenyataannya kurang dari yang diharapkan, maka layanan dapat dikatakan tidak bermutu. Apabila kenyataan sama dengan harapan, maka layanan bisa dikatakan memuaskan. Begitu pula dengan nasabah pada suatu bank syariah.

Nasabah juga akan merasakan puas atas pelayanan yang mereka terima jika pelayanan tersebut melebihi dari pelayanan yang mereka harapkan. Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli dimana *alternative* yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan. Nasabah suatu bank juga cenderung akan merasa puas apabila keuntungan yang mereka peroleh dari bertransaksi dengan produk-produk bank,

melebihi atau setidaknya sama dengan apa yang mereka harapkan sebelumnya.

Menurut Lupiyoadi (2017) terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan, yaitu:

a. Kualitas Produk

Nasabah akan merasa puas bila hasil evaluasi menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Nasabah rasional selalu menuntut produk yang berkualitas untuk setiap pengorbanan yang dilakukan untuk memperoleh produk tersebut. Dalam hal ini, kualitas produk yang baik akan memberikan nilai yang tambah di benak nasabah.

b. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan terutama dibidang jasa, nasabah akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan diharapkan. Nasabah yang puas akan menunjukkan kemungkinan untuk kembali membeli produk yang sama. Nasabah yang puas cenderung akan memberikan persepsi terhadap produk perusahaan.

c. Emosional

Nasabah akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia

bila menggunakan produk tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan tertinggi.

d. Harga

Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada nasabahnya

e. Biaya

Nasabah tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa itu. Harapan nasabah dapat dibentuk oleh pengalaman masa lampau, komentar dari kerabatnya serta janji dan informasi pemasaran dan saingannya.

Menurut Rangkut (2016) nasabah yang puas akan setia lama, dan memberi komentar yang baik tentang perusahaan. Mengukur tingkat kepuasan nasabah dapat dipengaruhi oleh:

1. *Desire Service* adalah suatu pelayanan yang diharapkan akan diterima. Berupa tanggapan nasabah sebelum menerima pelayanan.
2. *Adequate Service* adalah suatu pelayanan yang cukup dapat diterima. Berupa tanggapan nasabah setelah menerima pelayanan.

Pengaruh kualitas pelayanan secara islami dapat dilihat ketika seorang konsumen, dalam hal ini nasabah perbankan syariah telah merasa yakin atas dana yang disimpannya aman,

bebas dari bahaya serta risiko, akad yang digunakan tidak melanggar aturan Islam, mereka merasa puas terhadap apa yang didapat dari karyawan yang memiliki pengetahuan tentang perbankan syariah, melayani secara cepat dan tepat serta perbankan syariah yang menepati janjinya kepada nasabah. pelayanan yang berkualitas tersebut mengakibatkan konsumen/nasabah loyal.

Persepsi terhadap suatu produk atau pelayanan sendiri dipengaruhi oleh pengalaman pelanggan saat mencoba produk atau menerima suatu layanan. Oleh karena itu apabila produk yang dikonsumsi atau pelayanan yang diperoleh mempunyai kualitas yang baik maka besar kemungkinan nasabah tersebut akan memberikan persepsi yang tinggi dan akan membawa tingkat kepuasan yang tinggi juga sehingga dapat berpengaruh baik terhadap peningkatan jumlah nasabah. Adapun faktor yang meningkatkan kepuasan nasabah ada 5 yaitu (Wahyuningsih, 2018):

- 1) Kualitas Produk, konsumen akan merasa puas jika hasil evaluasi menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan adalah berkualitas.
- 2) Kualitas pelayanan, terutama untuk industri jasa. Pelanggan atau nasabah akan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai yang diharapkan.

- 3) Kemudahan untuk mendapatkan produk atau jasa. Pelanggan yang tidak memerlukan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa. *Mobile Banking* adalah contoh dimana nasabah merasa puas dan tidak membuang waktu akan mudahnya dalam mendapatkan pelayanan perbankan.
- 4) Faktor emosional, konsumen yang bangga akan merasa yakin bahwa orang lain akan kagum apabila dia menggunakan produk dengan merek tertentu.
- 5) Harga, produk yang mempunyai kualitas yang sama akan menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggan atau nasabahnya.
- 6) Keamanan suatu produk. Pelanggan atau nasabah tentunya akan semakin yakin dan puas apabila mereka mendapatkan keamanan terhadap data pribadi nasabah saat bertransaksi.

## **2.5 Teknologi Perbankan**

Dalam era digital saat ini tidak bisa dipungkiri bahwa dapat membawa perubahan pada segala aspek kehidupan yang dapat membawa efisiensi terhadap proses pekerjaan dengan adanya sistem teknologi informasi. Teknologi informasi mulai

populer di akhir dekade 70-an, istilah teknologi informasi pada masa sebelumnya dikenal dengan teknologi komputer atau pengolahan data elektronik atau *EDP (electronic Data Processing)*. Dalam kamus Oxford (1995) teknologi informasi merupakan studi atau penggunaan peralatan elektronika, terutama komputer, untuk menyimpan, menganalisa dan mendistribusikan informasi apa saja, termasuk kata-kata, bilangan, dan juga gambar. Dan teknologi informasi tidak hanya terbatas pada teknologi komputer (perangkat keras dan perangkat lunak) yang digunakan untuk memproses dan menyimpan informasi, melainkan juga mencakup teknologi komunikasi untuk mengirim informasi (Nanda, 2020).

Saat ini teknologi informasi pada dunia perbankan sangat berperan penting karena teknologi informasi telah menjadi fasilitator pada setiap kegiatan transaksi perbankan. Dengan adanya teknologi, segala aktivitas nasabah yang berhubungan dengan bank dijadikan mudah dengan teknologi. Misalnya yang sebelumnya harus mendatangi kantor bank untuk bertemu secara langsung dengan karyawan-karyawan bank kini dapat dengan mudah dilakukan dengan menggunakan beberapa produk *electronic banking* yang telah disediakan oleh pihak bank dengan tujuan untuk memudahkan nasabahnya, diantaranya yaitu: ATM (*Automatic Teller Machine*), *EDC*, *sms-banking*, *internet banking*, dan *mobile banking*.

Pada dunia perbankan, perkembangan teknologi informasi membuat para perusahaan mengubah strategi bisnis dengan menempatkan teknologi sebagai unsur utama dalam proses inovasi produk dan jasa. Seperti halnya pelayanan *electronic banking (e-banking)* misalnya melalui ATM, *phone banking* dan *Internet Banking*, merupakan bentuk-bentuk baru dari pelayanan bank yang mengubah pelayanan transaksi manual menjadi pelayanan transaksi yang berdasarkan teknologi. Semakin majunya teknologi di dunia transaksi perbankan pun mulai menggunakan teknologi berbasis komputer untuk mempermudah transaksi dengan nasabah, yang mana tadinya melayani nasabah dengan harus bertemu atau nasabah datang langsung ke kantor cabang yang disediakan oleh bank yang di gunakan untuk menabung/investasi menjadi lebih mudah karena bank mulai menggunakan teknologi berbasis komputer dan sekarang sudah bisa mengakses lewat internet bahkan dengan *mobile (Hand Phone)* dengan *SMS (Short Message Service)* sudah banyak diterapkan bank.

Dalam dunia perbankan, perkembangan teknologi informasi membuat para perusahaan mengubah strategi bisnis dengan menempatkan teknologi sebagai unsur utama dalam proses inovasi produk dan jasa seperti :

- 1) Adanya transaksi berupa transfer, pembayaran, pembelian *via mobile banking* atau *internet banking*
- 2) Adanya ATM (*Auto Teller Machine*) pengambilan uang *cash* secara 24 jam

Menurut Ghifari (2017), Teknologi informasi ikut mewarnai dunia perbankan, kehadiran sistem *online* yang ditangani oleh teknologi komputer dan teknologi komunikasi memungkinkan nasabah mengambil uang dari kantor cabang bank yang berada dimana saja. Sistem ini dilengkapi dengan mesin-mesin Anjungan Tunai Mandiri atau *Automatic Teller Machine*, yang selanjutnya disebut ATM. Menurut Kadir (2003) ekspansi ATM juga dilakukan dengan membuat ATM bersama yang memungkinkan nasabah sebuah bank bisa mengambil uang dari ATM bank lain. Tujuan dari *E-banking* adalah sebagai sarana penyedia *multi channel* dan juga dapat menghemat biaya transaksi bank, nasabah lebih bebas, mudah, cepat dan aman bertransaksi 24 jam dimanapun nasabah berada (Sari & Rahmawati, 2013).

Menurut Melayu (2014) karakteristik teknologi perbankan adalah :

- 1) Bank adalah lembaga yang berperan sebagai lembaga perantara keuangan (*financial intermediary*) antara pihak – pihak yang memiliki kelebihan dana (*surplus spending unit*) dengan mereka yang membutuhkan dana (*deficit spending unit*), serta berfungsi untuk memperlancar lalu lintas pembayaran giral. Kegiatan tersebut dilakukan atas dasar falsafah kepercayaan.
- 2) Bank juga merupakan industri yang kegiatannya mengandalkan kepercayaan sehingga harus selalu

menjaga kesehatannya. Pemeliharaan kesehatan bank antara lain dengan pemeliharaan kecukupan modal, kualitas aktiva, manajemen, pencapaian profit dan likuiditas yang cukup pengelola bank dalam melakukan kegiatannya juga selalu dituntut senantiasa menjaga keseimbangan pemeliharaan likuiditas dengan kebutuhan profitabilitas yang wajar serta modal yang cukup sesuai dengan penanamannya. Hal tersebut perlu dilakukan karena bank dalam usahanya selain menanamkan dana dalam aktiva produktif juga memberikan komitmen jasa-jasa lainnya yang menghasilkan *fase base income* (pendapatan non bunga). Untuk itu strategi penghimpunan dan penempatan dana bank perlu dilakukan secara hati-hati agar likuiditas terpelihara dan profitabilitas tercapai dengan wajar.

- 3) Bank juga dapat dipandang sebagai lembaga kepercayaan masyarakat dan bagian dari sistem moneter yang mempunyai kedudukan strategis sebagai penunjang pembangunan.
- 4) Secara operasional bank mempunyai ciri khas yaitu aktiva tetapnya relatif rendah, hutang jangka pendeknya lebih banyak jumlahnya dan perbandingan antara aktiva dengan modal (*financial leverage*) sangat besar.

## 2.6 Bank Syariah Indonesia

Bank syariah merupakan bank yang secara operasional berbeda dengan bank konvensional. Salah satu ciri khas bank syariah yaitu tidak menerima atau membebani bunga kepada nasabah, akan tetapi menerima atau membebaskan bagi hasil serta imbalan lain sesuai dengan akad-akad yang dijanjikan. Konsep dasar bank syariah didasarkan pada Al-Qur'an dan Hadist. Semua produk dan jasa yang ditawarkan tidak boleh bertentangan dengan isi Al-Qur'an dan hadis Rasulullah SAW (Ismail, 2017).

Bank syariah di Indonesia lahir sejak 1992. Bank syariah pertama di Indonesia adalah Bank Muamalat Indonesia. Pada tahun 1992 hingga tahun 1999, perkembangan Bank Muamalat Indonesia, masih tergolong stagnan. Namun sejak adanya krisis moneter yang melanda Indonesia pada 1997 dan 1998, maka para *banker* melihat bahwa Bank Muamalat Indonesia (BMI) tidak terlalu terkena dampak krisis moneter. Para *banker* berpikir bahwa BMI, satu-satunya bank syariah di Indonesia, tahan terhadap krisis moneter. Pada 1999, berdirilah Bank Syariah Mandiri yang merupakan konversi dari Bank Susila Bakti. Bank Susila Bakti merupakan bank konvensional yang dibeli oleh Bank Dagang Negara, kemudian dikonversi menjadi Bank Syariah Mandiri, bank syariah kedua di Indonesia (Ismail, 2017).

Menurut Undang-Undang No. 7 tahun 12 tentang Perbankan, bank yang kegiatan usahanya dilakukan berdasarkan prinsip syariah tersebut secara teknis yuridis disebut “Bank

Berdasarkan Prinsip Bagi Hasil”. Dengan dikeluarkannya Undang-undang No. 10 tahun 1998, istilah yang dipakai ialah “Bank Berdasarkan Prinsip Syariah”. Oleh karena pedoman operasi bank tersebut adalah ketentuan-ketentuan syariah Islam, maka bank yang demikian itu disebut “Bank Syariah”. Dengan dikeluarkannya Undang-undang No. 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah itu, sebagaimana menurut definisi yang disebut dalam pasal 1 angka 7 undang-undang tersebut, bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah disebut bank syariah (Syahdeni, 2016).

Bank syariah dikembangkan sebagai lembaga bisnis keuangan yang melaksanakan kegiatan usahanya sejalan dengan prinsip-prinsip dasar dalam ekonomi Islam. Tujuan ekonomi Islam bagi bank syariah tidak hanya terfokus pada tujuan komersial yang tergambar pada pencapaian keuntungan maksimal, tetapi juga mempertimbangkan perannya dalam memberikan kesejahteraan secara luas bagi masyarakat. Kontribusi untuk turut serta dalam mewujudkan kesejahteraan masyarakat tersebut merupakan peran bank syariah dalam pelaksanaan fungsi sosialnya. Fungsi sosial yang paling tampak adalah aktivitas penghimpunan dan penyaluran Zakat, Infak, Sedekah, Hibah, dan Waqaf (ZISWAF). Selain itu, bank syariah juga mengeluarkan zakat dari keuntungan operasinya serta memberikan pembiayaan kebajikan (*qardh*). Fungsi sosial ini diharapkan akan memperlancar alokasi dan

distribusi dan sosial yang dibutuhkan oleh masyarakat, terutama mereka yang sangat membutuhkan (Sutanto, 2018).

Bank pada dasarnya adalah entitas yang melakukan penghimpunan dana dari masyarakat dalam bentuk pembiayaan atau dengan kata lain melaksanakan fungsi intermediasi keuangan. Dalam sistem perbankan di Indonesia terdapat dua macam sistem operasional perbankan, yaitu bank konvensional dan bank syariah. Sesuai UU No. 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah. Bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, atau prinsip hukum Islam yang diatur dalam fatwa Majelis Ulama Indonesia seperti prinsip keadilan dan keseimbangan (*'adl wa tawazun*), kemaslahatan (*maslahah*), *universalisme (alamiyah)*, serta tidak mengandung *gharar*, *maysir*, *riba*, *zalim* dan obyek yang haram.

Selain itu, UU perbankan syariah juga mengamankan bank syariah untuk menjalankan fungsi sosial dengan menjalankan fungsi seperti lembaga Baitul Mal, yaitu menerima dana yang berasal dari zakat, infak, sedekah, hibah, atau dana sosial lainnya dan menyalurkannya kepada pengelola wakaf (*nazhir*) sesuai kehendak pemberi wakaf (*wakif*). Pelaksanaan fungsi pengaturan dan pengawasan perbankan syariah dari aspek pelaksanaan prinsip kehati-hatian dan tata kelola yang baik dilaksanakan oleh OJK sebagaimana halnya pada perbankan konvensional, namun dengan pengaturan dan sistem pengawasan yang disesuaikan dengan kekhasan sistem operasional perbankan syariah.

Dengan konsisten pada norma dasar dan prinsip syariah maka kemaslahatan berupa kestabilan sistem, keadilan dalam berkontrak dan terwujudnya tata kelola yang baik dapat berwujud. Sistem dan mekanisme untuk menjamin pemenuhan kepatuhan syariah yang menjadi isu penting dalam pengaturan bank syariah. Dalam kaitan ini lembaga yang memiliki peran penting adalah Dewan Syariah Nasional (DSN) MUI. Undang-undang No. 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah memberikan kewenangan kepada MUI yang fungsinya dijalankan oleh organisasi khususnya yaitu DSN-MUI untuk menerbitkan fatwa kesesuaian syariah suatu produk bank. Kemudian Peraturan Bank Indonesia (sekarang POJK) menegaskan bahwa seluruh produk perbankan syariah hanya boleh ditawarkan kepada masyarakat setelah bank mendapat fatwa dari DSN-MUI dan memperoleh ijin dari OJK (Ismail, 2017).

Indonesia sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia, memiliki potensi untuk menjadi yang terdepan dalam industri keuangan syariah. Meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap halal *matter* serta dukungan *stakeholder* yang kuat, merupakan faktor penting dalam pengembangan ekosistem industri halal di Indonesia. Termasuk di dalamnya adalah bank syariah. Bank syariah memainkan peranan penting sebagai fasilitator pada seluruh aktivitas ekonomi industri halal.

Keberadaan industri perbankan syariah di Indonesia sendiri telah mengalami peningkatan dan pengembangan yang signifikan

dalam kurun tiga dekade ini. Inovasi produk, peningkatan layanan, serta pengembangan jaringan menunjukkan tren yang positif dari tahun ke tahun. Bahkan, semangat untuk melakukan percepatan juga tercermin dari banyaknya bank syariah yang melakukan aksi korporasi. Tidak terkecuali dengan bank syariah yang dimiliki bank BUMN, yaitu Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah. Pada tanggal 1 Februari 2021 yang bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 H menjadi penanda sejarah bergabungnya Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah dan BRI Syariah menjadi Bank Syariah Indonesia (BSI).

Penggabungan ini akan menyatukan kelebihan dari ketiga bank syariah sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan lebih luas, serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik. Didukung sinergi dengan perusahaan induk (Mandiri, BNI, BRI) serta komitmen pemerintah melalui Kementerian BUMN. Bank Syariah Indonesia didorong untuk bersaing di tingkat global. Gabungan ketiga bank syariah tersebut merupakan ikhtiar untuk melahirkan bank syariah kebanggaan umat, yang diharapkan menjadi energi baru pembangunan ekonomi nasional serta berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat luas. Keberadaan Bank Syariah Indonesia juga menjadi cermin wajah perbankan syariah di Indonesia yang modern, universal, dan memberikan kebaikan bagi segenap alam.

## 2.7 Kajian Penelitian Terkait

Dalam studi literatur ini, peneliti mencantumkan beberapa penelitian yang pernah dilakukan oleh beberapa pihak, sebagai bahan rujukan dalam mengembangkan materi yang ada dalam penelitian yang dibuat oleh penulis. Beberapa penelitian yang memiliki korelasi dengan penelitian ini adalah:

Penelitian yang dilakukan oleh Novianti (2016) berjudul “Strategi Pemasaran Terhadap Produk KPR BTN Sejahtera IB di BTN Syariah Ditinjau Dari Analisis SWOT”, penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif. penelitian menunjukkan bahwa bank kantor cabang syariah Semarang dalam memasarkan produk KPR menggunakan strategi analisis yang telah dikombinasikan antara dua faktor eksternal dan internal yaitu ke dalam sebuah matriks SWOT, strategi S-O, berupa menjalin komunikasi dengan developer dan calon nasabah dengan baik. strategi S-T, berupa mencari marketing yang baik dan tepat waktu untuk mempromosikan produk KPR Sejahtera di banding dengan *marketing* bank lain. Strategi W-O, berupa mempromosikan kepada masyarakat dengan menggunakan keunggulan sebagai bank penyalur KPR terbesar dalam pembiayaan KPR. Strategi W-T, memberikan pemahaman yang baik kepada calon nasabah dan memberikan marketing yang lebih unggul dan menarik dalam memasarkan produk KPR.

Penelitian yang dilakukan oleh Faiqoh (2013) berjudul “Analisis Strategi Pemasaran KPRS di Bank Muamalat cabang

Kudus”, Menggunakan metode deskriptif analisis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Bank Muamalat memberikan informasi di berbagai media massa baik cetak (surat kabar harian dan majalah) maupun elektronik (radio dan televisi). Bank Muamalat juga melakukan penempatan iklan pada media luar ruangan (*billboard*) yang dianggap cukup efektif dalam proses sosialisasi.

Penelitian yang dilakukan oleh Astuti (2018) berjudul “Strategi Pemasaran Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Medan Sudirman”, Metode yang digunakan dalam penelitian ialah kualitatif melalui wawancara, dokumentasi, *Field Research* (penelitian lapangan) dan *Library Research* (penelitian perpustakaan). Hasil penelitian menunjukkan analisis matriks IFE disimpulkan bahwa perusahaan dalam posisi kuat dalam memanfaatkan kekuatan dan mengurangi kelemahannya dengan skor terbobot sebesar 3,139. Dari analisis matriks EFE didapatkan skor terbobot sebesar 3,027 yang berarti perusahaan telah memanfaatkan peluang dan menghindari ancaman di pasar industri. Dari analisis matriks IE diperoleh strategi yang cocok yaitu strategi *Grow and Build*. Dari analisis matriks SWOT dihasilkan strategi S-O yaitu meningkatkan pangsa pasar, strategi W-O yang didapat yaitu meningkatkan volume penjualan, strategi S-T yang didapat yaitu menciptakan produk yang berkualitas dan strategi W-T yang didapat yaitu melakukan kegiatan promosi yang intensif dan efektif. Dari analisis matriks QSPM diperoleh alternatif strategi yang menjadi prioritas

yaitu menciptakan produk yang berkualitas dengan menggunakan bahan baku yang baik dan tenaga ahli.

Penelitian yang dilakukan oleh Fitiani (2008) berjudul “Analisis Strategi Pemasaran Perumahan Permata Depok Regency”, Penelitian ini menggunakan analisis data dengan matriks IFE, EFE, SWOT, IE dan QSPM. Data diolah dengan menggunakan alat bantu komputer melalui program Faktor-faktor internal yang menjadi kekuatan bagi PT. Citrakarsa Hansaprima. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Strategi memilih pasar sasaran dalam pembiayaan KPR BTN IB di BTN Syariah cabang Yogyakarta memilih pasar berdasarkan pendapatan, agama dan wilayah. Strategi bauran pemasaran yang dilakukan BTN Syariah kantor cabang Yogyakarta dalam memasarkan produk KPR adalah melalui promosi diberbagai media, bekerja sama dengan *developer* dan mengadakan *gathering* untuk acara pameran expo KPR disetiap periodik tertentu. Strategi pemilihan media dalam memasarkan produk KPR BTN IB menggunakan media internet untuk *website*, media cetak melalui brosur, iklan, surat kabar, media luar ruang dengan baliho, spanduk dan umbul-umbul. Sedangkan media lini yaitu brosur acara pameran dan kalender.

Dari penelitian terdahulu terdapat persamaan dan juga perbedaan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan peneliti lakukan adalah sama-sama meneliti tentang pelayanan pada bank syariah, sedangkan perbedaan penelitian terdahulu dengan

penelitian yang akan peneliti lakukan adalah subjek penelitian, tempat penelitian, tujuan penelitian dan variabel dalam penelitian. Berdasarkan uraian di atas, maka dapat ikhtisarkan pada tabel berikut ini:

**Tabel 2.1**  
**Hasil Penelitian Tekait**

No	Judul dan Penulis	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Strategi pemasaran terhadap produk KPR BTN Sejahtera IB di BTN Syariah ditinjau dari analisis SWOT (Novianti, 2016)	Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif	penelitian menunjukkan bahwa Bank Kantor Cabang Syariah Semarang dalam memasarkan produk KPR menggunakan strategi analisis yang telah dikombinasikan antara dua faktor eksternal dan internal yaitu ke dalam sebuah Matrix SWOT : Strategi SO, berupa menjalin komunikasi dengan developer dan calon nasabah dengan baik. Strategi ST, berupa mencari marketing yang baik dan tepat waktu untuk mempromosikan produk KPR Sejahtera di banding dengan marketing bank lain.
2.	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah (Zulfikri & Ahmad 2018)	Jenis penelitian ini yaitu kuantitatif. Objek penelitian ini adalah BTN Syariah KC Surabaya. Penelitian ini menggunakan teknik <i>accidental sampling</i>	Hasil penelitian menunjukan bahwa kualitas pelayanan memiliki peran penting dalam menimbulkan kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah merupakan tujuan utama dari

**Tabel 2.1-Lanjutan**

No	Judul dan Penulis	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
		dengan menyebarkan kuiseoner kepada nasabah yang menggunakan jasa BTN Syariah	kinerja pelayanan karyawan dan customer service dalam melayani transaksi, karena Semakin tinggi kualitas pelayanan maka kepuasan nasabah semakin tinggi pula dan mendapatkan citra yang baik.
3.	Strategi pemasaran kredit pemilikan rumah (KPR) pada PT. Bank Muamalat Indonesia, tbk cabang Medan Sudirman (Astuti, 2018)	Metode yang digunakan dalam penelitian ialah kualitatif melalui wawancara, dokumentasi, Field Research (penelitian lapangan) dan Library Research (penelitian perpustakaan)	hasil penelitian menunjukkan analisis matriks IFE disimpulkan bahwa perusahaan dalam posisi kuat dalam memanfaatkan kekuatan dan mengurangi kelemahannya dengan skorter bobot sebesar 3,139. Dari analisis matriks EFE didapatkan skor terbobot sebesar 3,027 yang berarti perusahaan telah memanfaatkan peluang dan menghindari ancaman di pasar industri. Dari analisis matriks IE diperoleh strategi yang cocok yaitu strategi Grow and Build.
4.	Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Pada Bank BJB (Jaka Atmaja, 2018)	Penelitian ini menggunakan metode subjektif deskriptif	Hasil analisis dapat dijelaskan bahwa Kualitas Pelayanan merupakan salah satu faktor penting dalam menentukan puas atau tidak nasabah dalam pelayanan, yang dimulai dari Loyalitas

**Tabel 2.1-Lanjutan**

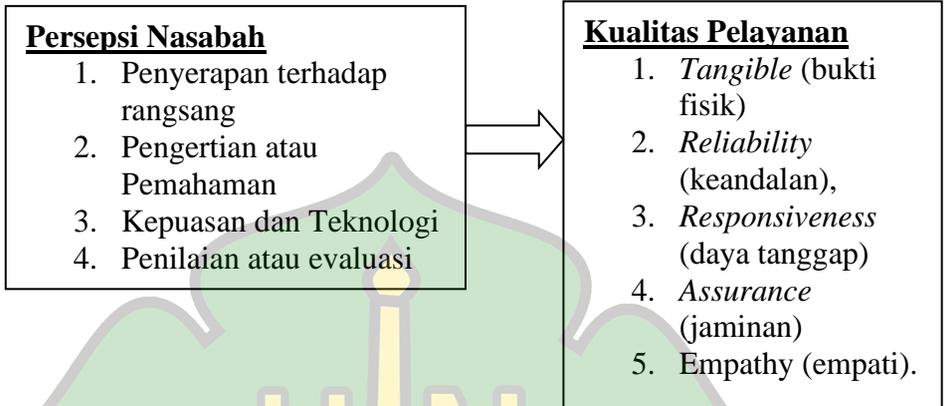
No	Judul dan Penulis	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
			para nasabah atau konsumen. Sehingga melalui pelaksanaan Kualitas Pelayann yang dengan baik akan memberikan dorongan ketertarikan nasabah dan memunculkan loyalitas para nasabah.
5.	Persepsi masyarakat tentang Merger 3 bank syariah (Dwi Setiawati, 2021)	Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi masyarakat Kelurahan Sumur Dewa RT.20 RW.06 tentang merger 3 bank syariah. Untuk mengungkapkan persoalan tersebut, penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif	Hasil penelitian diperoleh kesimpulan bahwa persepsi masyarakat tentang merger 3 Bank Syariah, sudah mengetahui dan mendukung dengan adanya merger 3 bank syariah dan masyarakat juga yakin dengan adanya merger ini bank syariah akan lebih maju dan bank syariah juga akan semakin besar.

Sumber: data diolah tahun 2022

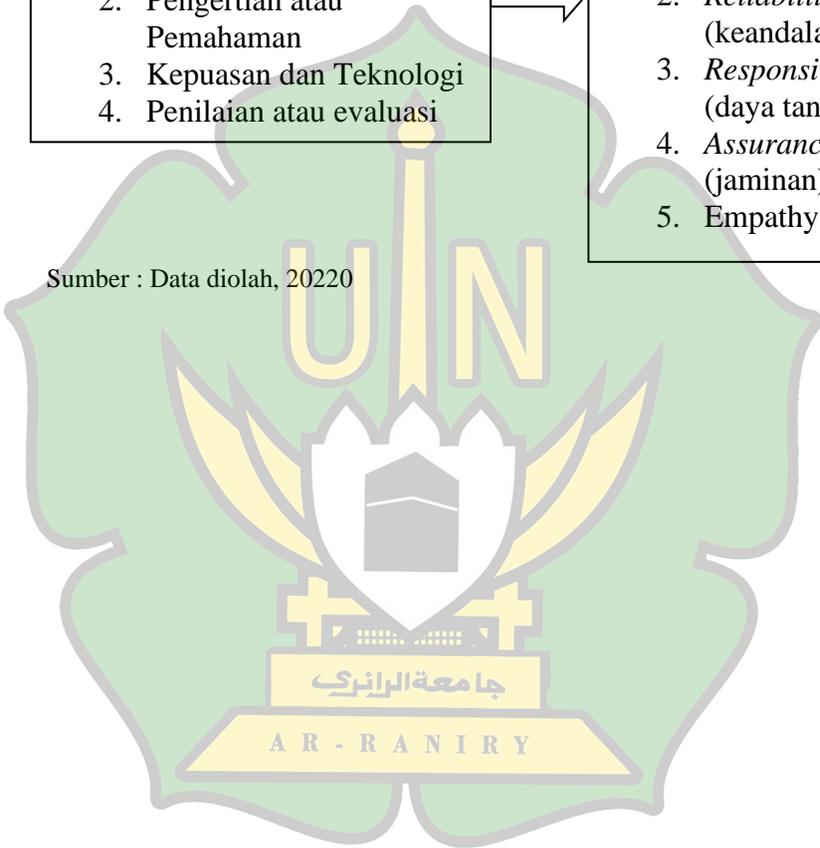
### 2.8 Kerangka Pemikiran

Menurut Sugiono (2011: 388) Kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Berdasarkan uraian latar belakang yang berkaitan dengan analisis maka peneliti menuliskan dalam bentuk kerangka berpikir sebagai berikut :

**Gambar 2.1**  
**Kerangka Berfikir**



Sumber : Data diolah, 20220



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan subjektif deskriptif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan angka dalam penyajian data dan analisis yang menggunakan uji statistika (Ahmad, 2008). Sedangkan pendekatan subjektif deskriptif adalah penelitian yang memberikan gambaran lebih detail mengenai suatu gejala berdasarkan data yang ada, menyajikan data, menganalisis dan menginterpretasi (Narbuko, 2003).

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik analisis data secara statistik (metode penelitian kuantitatif deskriptif) dengan menggunakan program SPSS dengan singkatan *Statistical Product Service Solution* yaitu regresi sederhana untuk melihat mencari informasi langsung pada Bank Syariah Indonesia pada Banda Aceh.

#### **3.2 Sumber Data**

Menurut Suharsimi Arikunto (2010) yang dimaksud dengan sumber data dalam penelitian adalah subyek dari mana data diperoleh. Sumber data yang akan digunakan adalah sumber data primer. Data primer merupakan data yang diperoleh dengan melakukan survei lapangan menggunakan metode pengumpulan

data dan orisinal (Kuncoro, 2013). Data adalah segala informasi yang dijadikan dan diolah untuk suatu kegiatan penelitian sehingga dapat dijadikan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan (Muhammad, 2008). Pada penelitian ini, data primer digunakan berupa penyebaran angket untuk memperoleh informasi tentang Persepsi Nasabah Terhadap Kualitas Pelayanan Bank Syariah Indonesia (BSI) Pasca Migrasi Pada Cabang Kota Banda Aceh.

### **3.3 Populasi dan Sampel**

#### **3.3.1 Populasi**

Populasi merupakan sekumpulan objek yang menjadi sasaran penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya menjadi sumber data penelitian (Bungin, 2013). Pada penelitian ini populasinya adalah nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) pasca migrasi pada cabang kota Banda Aceh.

#### **3.3.2 Sampel**

Sampel adalah wakil semua unit strata yang berada di dalam populasi, merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Bungin, 2013). Didalam suatu penelitian, peneliti tidak perlu untuk meneliti semua individu dalam populasi karena akan memerlukan banyak biaya, tenaga dan waktu. Oleh karena itu, penelitian dilakukan terhadap sampel.

Teknik sampling adalah teknik yang digunakan untuk menentukan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan maka dalam penelitian ini teknik sampling yang

digunakan adalah *probability sampling*. Menurut Sugiyono (2014), *Probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi sampel. Jenis *probability sampling* yang dipilih adalah *simple random sampling*. Menurut Sugiyono (2012) *simple random sampling* merupakan pengambilan subjek sampel secara acak tanpa memerhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Lemeshow sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{N(e)^2 + 1} \quad (2.1)$$

Keterangan:

$n$  = Ukuran sampel/jumlah responden

$N$  = Ukuran populasi

$E$  = Persentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa ditolerir;  $e = 0,1$

Jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui dikarenakan ada beberapa aspek yang jadi bahan pertimbangan seperti jenis kelamin, umur dan pekerjaan nasabah, juga beberapa cabang yang ada di kota Banda Aceh yang menyebabkan peneliti sulit mendapatkan data jumlah nasabah yang pasti untuk dijadikan populasi, maka dengan demikikian perhitungan penarikan sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{250.000}{(250.000 \times 0,1^2) + 1} = \frac{250.000}{2501} = 99,96 = 100$$

Berdasarkan perhitungan di atas, jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 99,96 dan dibulatkan menjadi 100 responden.

### **3.4 Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan data adalah informasi yang didapat melalui pengukuran-pengukuran tertentu untuk digunakan sebagai landasan dalam menyusun argumentasi logis menjadi fakta. Sedangkan fakta itu sendiri adalah kenyataan yang telah diuji kebenarannya secara empirik (Fathoni, 2006).

#### **1. Angket**

Angket adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya atau hal-hal yang diketahuinya (Arikunto, 2002). Angket pada penelitian ini digunakan untuk mendapatkan data mengenai Persepsi Nasabah Terhadap Kualitas Pelayanan Bank Syariah Indonesia (BSI) Pasca Migrasi Pada Cabang Kota Banda Aceh, kemudian angket akan peneliti sebarakan menggunakan *google form*

#### **2. Dokumentasi**

Dokumentasi adalah metode yang digunakan untuk memperoleh informasi dari sumber-sumber tertulis atau dokumen-dokumen, baik berupa buku-buku, majalah, peraturan-peraturan, notulen rapat, catatan harian dan sebagainya (Arikunto, 2010).

Dokumentasi pada penelitian ini berupa penelitian terdahulu dan juga jurnal.

### 3.5 Skala Pengukuran

Adapun skala pengukuran dalam penelitian ini menggunakan model likert yang berisi sejumlah pertanyaan yang menyatakan objek yang hendak diungkap, sebagai yang terlihat dibawah ini:

**Tabel 3.1**  
**Skor Pengukuran Skala Likert**

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

Sumber : Data diolah, 2022

### 3.6 Variabel Penelitian

Variabel dalam penelitian ini adalah persepsi nasabah dan kualitas pelayanan, dimana kedua variable tersebut dapat diketahui dengan membagikan angket mengenai indikator Persepsi Nasabah Terhadap Kualitas Pelayanan Bank Syariah Indonesia (BSI) Pasca Migrasi Pada Cabang Kota Banda Aceh

**Tabel 3.2**  
**Operasional Variabel**

<b>Variabel</b>	<b>Konsep</b>	<b>Indikator</b>	<b>Pernyataan</b>
Persepsi Nasabah (x)	Persepsi adalah suatu proses psikologis sebagai hasil dari penginderaan serta proses terakhir dari kesadaran sehingga terbentuk proses berpikir. Senada dengan hal tersebut, persepsi juga merupakan proses pemahaman maupun pemberian makna terhadap suatu rangsangan/stimulus, dimana rangsangan tersebut berasal dari proses penginderaan terhadap objek, peristiwa atau hubungan-hubungan antar gejala yang kemudian otak memproses stimulus tersebut (Sumanto, 2014)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penyerapan terhadap Rangsang,</li> <li>2. Pengertian atau Pemahaman.</li> <li>3. Penilaian atau Evaluasi Menurut Bimo Walgito (2004)</li> </ol>	
Kualitas pelayanan (y)	Kualitas pelayanan adalah bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan di persepsikan baik dan memuaskan (Kotler, 2019)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Tangible</i> (bukti fisik),</li> <li>2. <i>Reliability</i> (keandalan),</li> <li>3. <i>Responsiveness</i></li> <li>4. <i>Assurance</i> (jaminan),</li> <li>5. <i>Empathy</i> (empati) (Harfika, 2017)</li> </ol>	

Sumber: Data diolah, 2022

### **3.7 Metode Analisis Data**

Analisis data adalah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan rumusan hipotesis yang disarankan oleh data (Moleong, 2004 :280-281). Analisis data yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan yang tercantum dalam identifikasi masalah. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis statistik dengan menggunakan aplikasi SPSS.

#### **3.7.1 Pengujian Instrumen Penelitian**

##### **1. Uji Validitas**

Untuk mengukur validitas angket yang diberikan kepada responden digunakan alat SPSS. Uji validitas dilakukan dengan menghitung korelasi antara skor item dengan skor totalnya. Jika ada item yang tidak memenuhi syarat, maka item tersebut tidak akan diteliti lebih lanjut. Menurut Sujarweni (2015) hasil  $r$  hitung dibandingkan dengan  $r$  tabel, dimana  $df=n-2$  dengan signifikansi 5%, jika  $r_{\text{tabel}} < r_{\text{hitung}}$  maka valid.

##### **2. Uji Reliabilitas**

Ghozali dalam Lestari (2010) reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu angket yang merupakan indikator dari variabel atau konstruksi. Uji reliabilitas dilakukan terhadap butir pertanyaan atau pernyataan yang sudah valid. Pengujian ini digunakan untuk mengetahui seberapa jauh hasil pengukuran tetap konsisten apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih

terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama. Suatu Instrumen memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi jika nilai yang diperoleh  $\geq 0,60$  (Ghozali dalam Lestari 2010). Tujuan dari validitas dan reliabilitas angket adalah untuk meyakinkan bahwa angket yang kita susun akan benar-benar baik dalam mengukur gejala dan data yang valid.



## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Gambaran Umum Bank Syariah Indonesia (BSI)**

Bank Syariah Indonesia (BSI) adalah bank di Indonesia yang bergerak di bidang perbankan syariah. Bank ini diresmikan pada 1 Februari 2021. BSI merupakan hasil penggabungan Bank Syariah Mandiri dan BNI Syariah ke dalam Bank Rakyat Indonesia Syariah. Indonesia sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia memiliki potensi menjadi yang terdepan dalam industri keuangan syariah. Meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap produk halal serta dukungan *stakeholder* yang kuat merupakan faktor penting dalam pengembangan ekosistem industri halal di tanah air (Al Jannah, 2021).

Termasuk di dalamnya adalah bank syariah. Bank syariah memainkan peranan penting sebagai fasilitator di seluruh aktivitas ekonomi dalam ekosistem industri halal. Keberadaan industri perbankan syariah di Indonesia sendiri telah mengalami peningkatan dan pengembangan yang signifikan dalam kurun tiga dekade terakhir. Inovasi produk, peningkatan layanan, serta pengembangan jaringan menunjukkan tren yang positif dari tahun ke tahun. Semangat untuk melakukan percepatan tersebut pun tercermin dari banyaknya bank syariah yang melakukan aksi korporasi. Tak terkecuali dengan bank syariah yang dimiliki bank BUMN, seperti Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI

Syariah. Tanggal 1 Februari 2021 yang bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 H menjadi penanda sejarah bergabungnya ketiga bank syariah tersebut menjadi satu entitas, yakni Bank Syariah Indonesia (BSI).

Penggabungan ini menyatukan kelebihan ketiga bank syariah tersebut, sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan lebih luas, serta memiliki kapasitas permodalan lebih baik. Didukung sinergi dengan perusahaan induk (Mandiri, BNI, BRI) serta komitmen pemerintah melalui Kementerian BUMN, BSI didorong untuk dapat bersaing di tingkat global. Penggabungan ketiganya merupakan ikhtiar melahirkan bank syariah kebanggaan umat, yang diharapkan menjadi energi baru pembangunan ekonomi nasional serta berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat. Keberadaan BSI juga menjadi cerminan wajah perbankan syariah di Indonesia yang modern, universal, dan memberikan kebaikan bagi segenap alam.

Strategi hadapi pandemi dalam menghadapi pandemi Covid-19, BSI melakukan beberapa strategi dan mitigasi risiko untuk bertahan. Sejumlah strategi tersebut, antara lain mengatur arus kas usaha, menerapkan protokol kesehatan, inovasi dan diferensiasi produk, strategi pemasaran baru, serta mengoptimalkan layanan-layanan perbankan digital. BSI juga mengoptimalkan penggunaan teknologi untuk melakukan penawaran secara daring dan memaksimalkan layanan perbankan digital, seperti pembayaran atau transfer melalui aplikasi *BSI mobile*.

Dari sisi penyaluran pembiayaan ritel dan mikro, korporasi memiliki sistem i-Kurma yang memungkinkan tenaga pemasar pembiayaan memproses pengajuan nasabah secara digital. Strategi lain yang dilakukan dalam segi pembiayaan adalah fokus pada sektor yang tidak terlalu terdampak Covid-19 ini meliputi pembiayaan perumahan subsidi dengan skema Fasilitas Likuiditas Pembiayaan Perumahan (FLPP) dan pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR).

Bidang usaha bank syariah berdasarkan Akta Perubahan terakhir No. 2 Tanggal 2 Juni 2014 persetujuan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia Surat Keputusan No. AHU-12852.40.22.2014 Tanggal 10 Juni 2014, Anggaran Dasar Bank Syariah adalah:

- 1) Menghimpun dana dalam bentuk simpanan berupa giro, tabungan, atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu berdasarkan akad *wadi'ah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah
- 2) Menghimpun dana dalam bentuk investasi berupa deposito, tabungan, atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu berdasarkan akad *mudarabah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah

- 3) Menyalurkan pembiayaan bagi hasil berdasarkan akad *mudarabah*, akad *musyarakah*, atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah
- 4) Menyalurkan pembiayaan berdasarkan akad *murabahah*, akad salam, akad *istishna* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah
- 5) Menyalurkan pembiayaan berdasarkan akad *qardh* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah
- 6) Menyalurkan pembiayaan penyewaan barang bergerak atau tidak bergerak kepada nasabah berdasarkan akad *ijarah* dan/atau sewa beli dalam bentuk *ijarah muntahiyah bittamlik* milik atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah
- 7) Melakukan pengambilan hutang berdasarkan akad *hawalah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah
- 8) Melakukan usaha kartu debit dan atau kartu pembiayaan berdasarkan prinsip syariah
- 9) Membeli, menjual, atau menjamin atas risiko sendiri surat berharga pihak ketiga yang diterbitkan atas dasar transaksi nyata berdasarkan prinsip syariah, antara lain, seperti akad *ijarah*, *musyarakah*, *mudarabah*, *murabahah*, *kafalah*, atau *hawalah*

- 10) Membeli surat berharga berdasarkan prinsip syariah yang diterbitkan oleh pemerintah dan atau Bank Indonesia
- 11) Menerima pembayaran dari tagihan atas surat berharga dan melakukan perhitungan dengan pihak ketiga atau antar pihak ketiga berdasarkan prinsip syariah
- 12) Melakukan penitipan untuk kepentingan pihak lain berdasarkan suatu akad yang berdasarkan prinsip syariah
- 13) Menyediakan tempat untuk menyimpan barang dan surat berharga berdasarkan prinsip syariah
- 14) Memindahkan uang, baik untuk kepentingan sendiri maupun untuk kepentingan nasabah berdasarkan prinsip syariah
- 15) Melakukan fungsi sebagai wali amanat berdasarkan akad *wakalah*
- 16) Memberikan fasilitas *letter of credit* atau bank garansi berdasarkan prinsip syariah
- 17) Melakukan kegiatan lain yang lazim dilakukan di bidang perbankan dan di bidang sosial sepanjang tidak bertentangan dengan prinsip syariah dan sesuai dengan ketentuan perundang-undangan
- 18) Melakukan kegiatan valuta asing berdasarkan prinsip syariah

- 19) Melakukan kegiatan penyertaan modal pada Bank Umum Syariah atau lembaga keuangan yang melakukan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah
- 20) Melakukan kegiatan penyertaan modal sementara untuk mengatasi akibat kegagalan pembiayaan berdasarkan prinsip syariah, dengan syarat harus menarik kembali penyertaannya
- 21) Bertindak sebagai pendiri dan pengurus dana pensiun berdasarkan prinsip syariah
- 22) Melakukan kegiatan dalam pasar modal sepanjang tidak bertentangan dengan prinsip syariah dan ketentuan peraturan perundang-undangan di bidang pasar modal
- 23) Menyelenggarakan kegiatan atau produk bank yang berdasarkan prinsip syariah dengan menggunakan sarana elektronik
- 24) Menerbitkan, menawarkan, dan memperdagangkan surat berharga jangka pendek berdasarkan prinsip syariah, baik secara langsung maupun tidak langsung melalui pasar uang
- 25) Menerbitkan, menawarkan, dan memperdagangkan surat berharga jangka panjang berdasarkan prinsip syariah, baik secara langsung maupun tidak langsung melalui pasar modal

26) Menyediakan produk atau melakukan kegiatan usaha Bank Umum Syariah lainnya yang berdasarkan prinsip syariah. Semua kegiatan usaha menurut anggaran dasar telah dijalankan, baik secara langsung maupun tidak langsung oleh bank.

#### 4.1.1 Visi dan Misi

Sebelum mengulas lebih jauh mengenai visi dan misi bank syariah, penting untuk lebih dulu menjelaskan *term* visi dan misi tersebut dalam kerangka konseptual. *Term* visi secara *latterlik* diambil dari kata *vision* (Inggris), maknanya *point of view*, bisa juga sebagai perspektif, yaitu cara pandang ke masa depan (Echols, & Hassan, 1992: 610). Dalam arti yang paling umum, visi yaitu suatu parameter yang jelas agar mewujudkan apa yang belum dimiliki untuk suatu yang nyata dan bermakna, atau singkatnya adalah tujuan yang akan dan hendak dicapai (Tasmara, 2001: 9). Dengan begitu, pemaknaan istilah visi di sini bisa dipakai untuk makna “tujuan yang ingin dicapai”, “tujuan akhir dari perencanaan” atau di dalam bahasa arab sering disebut dengan istilah *ghayah*, berangkat dari perspektif filsafat *aksiologi* atau *aksiologi* ilmu (Nata, 2016: 52-53).

Adapun misi merupakan turunan dari visi, yaitu bagaimana cara dan langkah menjalankan visi yang sudah dibuat sebagai alat ukur atau parameter untuk mewujudkan cita-cita organisasi. Istilah misi asalnya juga diambil dari bahasa Inggris, yaitu *mission*. Kata *mission* sendiri bukan bentuk asli, tetapi ia juga diserap dari bahasa

Latin, yaitu *missio*, artinya pengutusan (Singgih, 2000: 161). Pada tataran konseptual, misi biasanya dibuat lebih rigid dan terinci, sebab sesuai dengan arti sebelumnya, misi menjadi tahapan pelaksanaan dari visi satu organisasi. Untuk itu, perumusannya cenderung lebih rinci.

Terkait dengan visi BSI, yaitu “Bank Syariah Terdepan dan Modern”. Adapun misi BSI adalah:

- 1) Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan di atas rata-rata industri yang berkesinambungan.
- 2) Meningkatkan kualitas produk dan layanan berbasis teknologi yang melampaui harapan nasabah.
- 3) Mengutamakan penghimpunan dana murah dan penyaluran pembiayaan pada segmen ritel.
- 4) Mengembangkan bisnis atas dasar nilai-nilai syariah universal.

## **4.2 Hasil Penelitian**

### **4.2.1 Karakteristik Responden**

Karakteristik responden dalam penelitian ini dilakukan untuk 100 responden yaitu nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) di Kota Banda Aceh. Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) di Kota Banda Aceh tersebut memiliki karakteristik mengikuti jenis kelamin, umur, pendidikan, pekerjaan dan domisili. Sesuai dengan teknik penarikan sampel maka seluruh populasi ditetapkan sebagai sampel

penelitian, deskripsi karakteristik nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) di Kota Banda Aceh dapat dilihat pada tabel 4.1 berikut:

**Tabel 4.1**  
**Karakteristik Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) di Kota Banda Aceh**

No	Karakteristik	Frekuensi	Persentase (%)
1.	<b>Jenis Kelamin</b>		
	1. Laki-laki	58	58,0
	2. Perempuan	42	42,0
2.	<b>Umur</b>		
	1. < 20	13	13,0
	2. 21-40	79	79,0
	3. 41-50	5	5,0
	4. > 51	3	3,0
3.	<b>Pendidikan Terakhir</b>		
	1. < SMP	1	1,0
	2. SMA	33	33,0
	3. Diploma	5	5,0
	4. S1	56	56,0
	5. S2/S3	5	5,0
4.	<b>Pekerjaan</b>		
	1. PNS	5	5,0
	2. Wiraswasta	13	13,0
	3. Mahasiswa	42	42,0
	4. Pedagang	7	7,0
	5. Dan lain-lain	33	33,0
5.	<b>Domisili</b>		
	1. Meuraxa	8	8,0
	2. Kuta Raja	13	13,0
	3. Kuta Alam	10	10,0
	4. Syiah Kuala	16	16,0
	5. Ulee Kareng	15	15,0
	6. Baiturrahman	14	14,0
	7. Lueng Bata	9	9,0
	8. Banda Raya	11	11,0
9. Jaya Baru	7	7,0	
<b>Total</b>		100	100

Sumber: Data primer Output SPSS Statistik IBM versi 22 (2022).

Berdasarkan tabel 4.1 menunjukkan bahwa penelitian terhadap 100 nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) di kota Banda Aceh, yaitu dilihat berdasarkan karakteristik jenis kelamin pada penelitian ini responden laki-laki mendominasi yaitu sebanyak 58 atau 58% sedangkan yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 42 atau 42% responden. Hal ini dikarenakan keterbatasan jangkauan peneliti yang mana lebih mudah untuk ditemui yaitu responden laki-laki.

Dilihat berdasarkan tingkat usia responden pada usia 21-40 tahun mendominasi pada penelitian ini yaitu berjumlah 79 atau 79% responden, hal ini sejalan dengan kondisi dan perilaku keuangan milenial yang memiliki potensi yang besar dalam layanan keuangan. Dilihat berdasarkan dari tingkat pendidikan terakhir pada tingkat S1 mendominasi pada penelitian ini yaitu berjumlah 56 responden atau 56% dan pada keadaan ini sejalan dengan tingkat pekerjaan dimana yang mendominasi pada tingkat pekerjaan yaitu pekerjaan mahasiswa sebanyak 42 atau 42% responden.

Dilihat berdasarkan dari pekerjaan pada pekerjaan mahasiswa mendominasi pada penelitian ini yaitu berjumlah 42 responden atau 42%, sejalan dengan usia milenial potensi yang besar dalam layanan keuangan. keadaan ini juga dikarenakan umumnya kalangan muda sudah diberikan kepercayaan oleh orang tua untuk memegang sejumlah uang dan mengalokasikan uang

tersebut, bahkan sebahagiannya sudah memiliki kemampuan finansialnya sendiri.

Dilihat berdasarkan domisili mendominasi pada domisili Syiah Kuala berjumlah 16 atau 16% responden pada kecamatan tersebut merupakan wilayah yang lebih sering ditemuinya responden yang usianya masih tergolong usia muda, namun jika dilihat dari keseluruhan maka setiap domisili relatif sudah mewakili Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) di Kota Banda Aceh.

#### 4.2.2 Hasil Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kevalidan dan kelayakan, sah atau kevalidan suatu instrumen yang terdapat di angket penelitian. angket disebut valid jika pertanyaan pada angket bisa mengungkap sesuatu yang akan diukur oleh angket tersebut. Uji validitas berfungsi untuk mengukur valid atau tidaknya suatu angket. Kriteria valid suatu pertanyaan jika nilai sig < 0,05. Uji validitas pada penelitian ini dilakukan terhadap 100 responden Nasabah BSI Kota Banda Aceh.

**Tabel 4.2**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi (X)**

Variabel	Nomor Item	Nilai r hitung	Nilai r table	Keterangan
Persepsi (X)	A1	0,751	0,1735	Data Valid
	A2	0,642	0,1735	Data Valid
	A3	0,660	0,1735	Data Valid
	A4	0,838	0,1735	Data Valid
	A5	0,828	0,1735	Data Valid

**Tabel 4.2-Lanjutan**

	A6	0,746	0,1735	Data Valid
	A7	0,737	0,1735	Data Valid
	A8	0,606	0,1735	Data Valid
	A9	0,751	0,1735	Data Valid

Sumber: Data diolah, 2022

**Tabel 4.3**  
**Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (Y)**

Kualitas Pelayanan(Y)	B1	0,646	0,1735	Data Valid
	B2	0,748	0,1735	Data Valid
	B3	0,644	0,1735	Data Valid
	B4	0,662	0,1735	Data Valid
	B5	0,597	0,1735	Data Valid
	B6	0,685	0,1735	Data Valid

Sumber: Data diolah, 2022

Tabel.4.2 dan 4.3 menunjukkan bahwa seluruh variabel independen yaitu persepsi dan kualitas pelayanan mempunyai nilai korelasi  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Maka dapat disimpulkan bahwa setiap item pertanyaan untuk semua variabel dinyatakan valid karena  $r_{hitung} > 0,1735$ . Hal ini menandakan bahwa seluruh item pertanyaan yang tersedia dalam angket sudah valid dan layak untuk dianalisis lebih lanjut.

### 4.2.3 Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk melihat konsistensi responden dalam menjawab pertanyaan yang disusun dalam suatu bentuk angket. Uji reliabilitas akan mencerminkan dapat atau tidaknya suatu instrumen penelitian dipercaya, berdasarkan tingkat ketetapan dan kemandapan suatu alat ukur. Uji reliabilitas data pada penelitian ini dilakukan terhadap 100 responden.

**Tabel 4.4**  
**Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach'Alpha	Keterangan
Persepsi	0,849	Reliabel
Kualitas Pelayanan	0,866	Reliabel

Sumber: Data diolah, 2022

Tabel 4.4 menunjukkan bahwa setiap variabel yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan handal atau reliabel. Jadi dapat disimpulkan bahwa setiap item mampu memperoleh data yang konsisten yang berarti apabila pertanyaan tersebut diuji kembali maka diperoleh jawaban yang relatif sama dengan jawaban sebelumnya.

### 4.3 Hasil Pembahasan

Pada penelitian ini, Persepsi Nasabah Terhadap Kualitas Pelayanan Bank Syariah Indonesia (BSI) Pasca Migrasi Pada Cabang Kota Banda Aceh dilihat dari kualitas layanan dipaparkan dalam bentuk analisis deskriptif, sebagai berikut:

### 4.3.1 Kualitas Pelayanan

Persepsi Nasabah Terhadap Kualitas Pelayanan Bank Syariah Indonesia (BSI) Pasca Migrasi Pada Cabang Kota Banda Aceh pada penelitian ini diukur dengan beberapa pernyataan item yaitu sebagai berikut

**Tabel 4.5**  
**Angket Penelitian Variabel X**

No	Pernyataan Nasabah
1	Sangat nyaman dengan pelayanan BSI pasca migrasi
2	Kualitas pelayanan BSI lebih baik pasca migrasi dibandingkan sebelum migrasi
3	BSI semakin membaik memberikan pelayanan sejauh ini
4	Seluruh nasabah bank syariah sebelumnya melakukan migrasi ke BSI
5	Proses migrasi berjalan sangat baik, dan BSI memberikan pelayanan prima
6	BSI terus berinovasi dalam memberikan pelayanan
7	Jumlah ATM BSI di Banda Aceh harus diperbanyak, terutama di SPBU
8	Jumlah ATM Setor tunai BSI harus diperbanyak
9	BSI agen di Kota Banda Aceh harus diperbanyak

Sumber: Data diolah, 2022

**Tabel 4.6**  
**Angket Penelitian Variabel Y**

No	Pernyataan Nasabah
1	<i>Costumer Service</i> BSI bersikap ramah saat memberikan pelayanan pada nasabah
2	Merasa nyaman saat berada di Bank Syariah Indonesia
3	Merasa aman melakukan transaksi pada BSI di Kota Banda Aceh
4	BSI sangat membantu dalam melakukan aktivitas transaksi keuangan saya
5	<i>Costumer Service</i> BSI selalu membantu saat ada kendala
6	BSI selalu menjamin keamanan nasabah dalam melakukan transaksi

Sumber: Data diolah, 2022

**Tabel 4.7**  
**Hasil Angket Variabel X**

No	STS		TS		N		S		SS		Total	
	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%
1	2	2,00	6	6,0	25	25,0	53	53,0	17	17,0	100	100
2	2	2,0	10	10,0	25	25,0	48	48,0	16	16,0	100	100
3	-	-	14	14,0	21	21,0	49	49,0	19	19,0	100	100
4	3	3,0	7	7,0	26	26,0	39	39,0	26	26,0	100	100
5	1	1,0	7	7,0	35	35,0	48	48,0	11	11,0	100	100
6	-	-	1	1,0	10	10,0	35	35,0	55	55,0	100	100
7	-	-	-	-	4	4,0	49	49,0	49	49,0	100	100

**Tabel 4.7-Lanjutan**

8	1	1,0	-	-	5	5,0	31	31,0	66	66,0	100	100
9	-	-	2	2,0	22	22,0	49	49,0	28	28,0	100	100

Sumber: Data Primer (diolah), 2022

**Tabel 4.8  
Hasil Angket Variabel Y**

No	STS		TS		N		S		SS		Total	
	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%
1	-	-	4	4,0	8	8,0	40	40,0	48	48,0	100	100
2	-	-	1	1,0	15	15	37	37,0	47	47,0	100	100
3	-	-	1	1,0	15	15	37	37,0	47	47,0	100	100
4	1	1,0	1	1,0	5	5,0	46	46,0	47	47,0	100	100
5	1	1,0	1	1,0	5	5,0	46	46,0	47	47,0	100	100
6	-	-	2	2,0	9	9,0	44	44,0	45	45,0	100	100

Sumber: Data Primer (diolah), 2022

Pada tabel 4.7 dan 4.8 di atas menunjukkan bahwa untuk pernyataan yang pertama, responden menjawab sangat setuju 17% responden. Sebanyak 53% menjawab setuju dan 25% yang menjawab netral dan 6% yang menjawab tidak setuju dan 2% menjawab sangat tidak setuju pada pernyataan angket tersebut. Pada pernyataan kedua menunjukkan bahwa responden menjawab sangat setuju 16% responden. Sebanyak 48% menjawab setuju dan 10% yang menjawab netral dan 2% yang menjawab tidak setuju dan tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju pada pernyataan angket tersebut.

Pada pernyataan ketiga menunjukkan bahwa responden menjawab sangat setuju 19% responden. Sebanyak 49% menjawab setuju dan 21% yang menjawab netral dan 1% yang menjawab tidak setuju dan tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju pada pernyataan angket tersebut sangat tidak puas pada pernyataan ketiga pada angket tersebut. Pada pernyataan keempat menunjukkan bahwa responden menjawab sangat setuju 26% responden. Sebanyak 39% menjawab setuju dan 26% yang menjawab netral dan 7% yang menjawab tidak setuju dan 3% menjawab sangat tidak setuju pada pernyataan angket tersebut.

Pada pernyataan kelima menunjukkan bahwa responden menjawab sangat setuju 11% responden. Sebanyak 48% menjawab setuju dan 35% yang menjawab netral dan 7% yang menjawab tidak setuju dan 1% menjawab sangat tidak setuju pada pernyataan angket tersebut.

Pada pernyataan keenam yaitu responden menjawab sangat setuju 55% responden. Sebanyak 35% menjawab setuju dan 10% yang menjawab netral dan 1% yang menjawab tidak setuju dan tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju pada pernyataan angket tersebut. Pada pernyataan ketujuh menunjukkan bahwa responden menjawab sangat setuju 49% responden. Sebanyak 49% menjawab setuju dan 4% yang menjawab netral dan tidak ada yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju pada pernyataan angket tersebut.

Pada pernyataan kedelapan responden menjawab sangat setuju 66% responden. Sebanyak 31% menjawab setuju dan 5% yang menjawab netral dan tidak ada yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju pada pernyataan angket tersebut. Pada pernyataan kesembilan responden menjawab sangat setuju 17% responden. Sebanyak 53% menjawab setuju dan 25% yang menjawab netral dan 6% yang menjawab tidak setuju dan 2% menjawab sangat tidak setuju pada pernyataan angket tersebut.

Pada pernyataan kesepuluh responden menjawab sangat setuju 49% responden. Sebanyak 49% menjawab setuju dan 4% yang menjawab netral dan tidak ada yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju pada pernyataan angket tersebut. Pada pernyataan kesebelas responden menjawab sangat setuju 17% responden. Sebanyak 53% menjawab setuju dan 25% yang menjawab netral dan 6% yang menjawab tidak setuju dan 2% menjawab sangat tidak setuju pada pernyataan angket tersebut.

Pada pernyataan kedua belas responden menjawab sangat setuju 11% responden. Sebanyak 48% menjawab setuju dan 35% yang menjawab netral dan 7% yang menjawab tidak setuju dan 1% menjawab sangat tidak setuju pada pernyataan angket tersebut. Pada pernyataan ketiga belas responden menjawab sangat setuju 17% responden. Sebanyak 53% menjawab setuju dan 25% yang menjawab netral dan 6% yang menjawab tidak setuju dan 2% menjawab sangat tidak setuju pada pernyataan angket tersebut.

Pada pernyataan ke empat belas responden menjawab sangat setuju 11% responden. Sebanyak 48% menjawab setuju dan 35% yang menjawab netral dan 7% yang menjawab tidak setuju dan 1% menjawab sangat tidak setuju pada pernyataan angket tersebut. Pada pernyataan ke lima belas responden menjawab sangat setuju 17% responden. Sebanyak 53% menjawab setuju dan 25% yang menjawab netral dan 6% yang menjawab tidak setuju dan 2% menjawab sangat tidak setuju pada pernyataan angket tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian pada tabel 4.4 di atas dapat dipahami bahwa dari 15 pernyataan item tersebut, item kedelapan mendapatkan penilaian tertinggi dari nasabah yaitu sebanyak 66,00% terkait pernyataan “Jumlah ATM Setor tunai BSI harus diperbanyak”. Keadaan ini berdasarkan persepsi Nasabah Terhadap Kualitas Pelayanan Bank Syariah Indonesia (BSI) Pasca Migrasi Pada Cabang Kota Banda Aceh serta memberikan kemudahan dan mendukung kelancaran bisnis atau kegiatan lainnya yang berhubungan dengan kegiatan perbankan, hal ini dikarenakan ATM BSI masih banyak ditemukan kendala dalam berbagai sektor. Sedangkan persentase nilai terendah yaitu pada pernyataan kelima mengenai pernyataan “proses migrasi berjalan sangat baik, dan BSI memberikan pelayanan prima” yaitu sebanyak 11%. Hal ini menunjukkan bahwa proses imigrasi berjalan kurang maksimal dan mendapat keluhan dari nasabah BSI Kota Banda Aceh.

Persepsi Nasabah Terhadap Kualitas Pelayanan Bank Syariah Indonesia (BSI) Pasca Migrasi Pada Cabang Kota Banda Aceh menunjukkan persepsi yang cukup positif, karena dapat ditunjukkan dengan sebagian besar dari 100 orang responden “Terhadap Kualitas Pelayanan Bank Syariah Indonesia (BSI) Pasca Migrasi Pada Cabang Kota Banda Aceh” tersebut dan mendukung dengan proses migrasi karena akses menuju bank semakin dekat dan mudah, masyarakat juga yakin dengan adanya migrasi ini bank syariah akan lebih maju dan bank syariah juga akan semakin besar. Juga pelayanan dan fasilitas dari bank sudah cukup baik. Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Thoha (2013) persepsi dipengaruhi oleh faktor-faktor sebagai berikut : 1) Faktor internal : faktor internal ini berasal dari perasaan, sikap, prasangka, keinginan, perhatian, proses belajar, keadaan fisik, gangguan kejiwaan, nilai, kebutuhan, minat, maupun kepribadian individu. 2) Faktor eksternal : berasal dari latar belakang keluarga, informasi yang diperoleh, pengetahuan dan kebutuhan sekitar, ukuran, intensitas, ukuran, hal-hal baru dan ketidakasingan terhadap suatu objek.

Menurut Walgito (2014), terdapat beberapa faktor yang berperan dalam persepsi, yaitu: 1) Objek yang dipersepsi, Objek menimbulkan suatu rangsangan yang mengenai alat indera atau reseptor. Stimulus dapat datang dari luar individu yang mempersepsi, tetapi juga dapat datang dari dalam diri individu yang bersangkutan yang langsung mengenai syaraf penerima yang

bekerja sebagai reseptor. 2) Alat indera dan susunan syaraf , alat indera merupakan suatu alat untuk menerima rangsangan/stimulus, disamping itu juga ada susunan syaraf yang berfungsi sebagai penerus stimulus ke otak. Sebagai alat untuk mengadakan respon maka diperlukan motoris sehingga dapat membentuk persepsi seseorang. 3) Perhatian, untuk mengadakan persepsi diperlukan adanya suatu perhatian.

Perhatian merupakan pemusatan atau konsentrasi dari seluruh aktivitas individu yang tertuju terhadap objek. Faktor-faktor tersebut menjadikan persepsi individu berbeda satu sama lain dan berpengaruh terhadap individu dalam mempersepsikan suatu objek, meskipun objek tersebut benar-benar sama. Perbedaan persepsi tersebut dapat disebabkan karena adanya perbedaan individu, perbedaan dalam kepribadian, perbedaan sikap maupun perbedaan motivasi. Pada dasarnya proses terbentuknya persepsi ini terjadi dalam diri seseorang, namun persepsi juga dipengaruhi oleh pengalaman, proses belajar dan pengetahuannya.

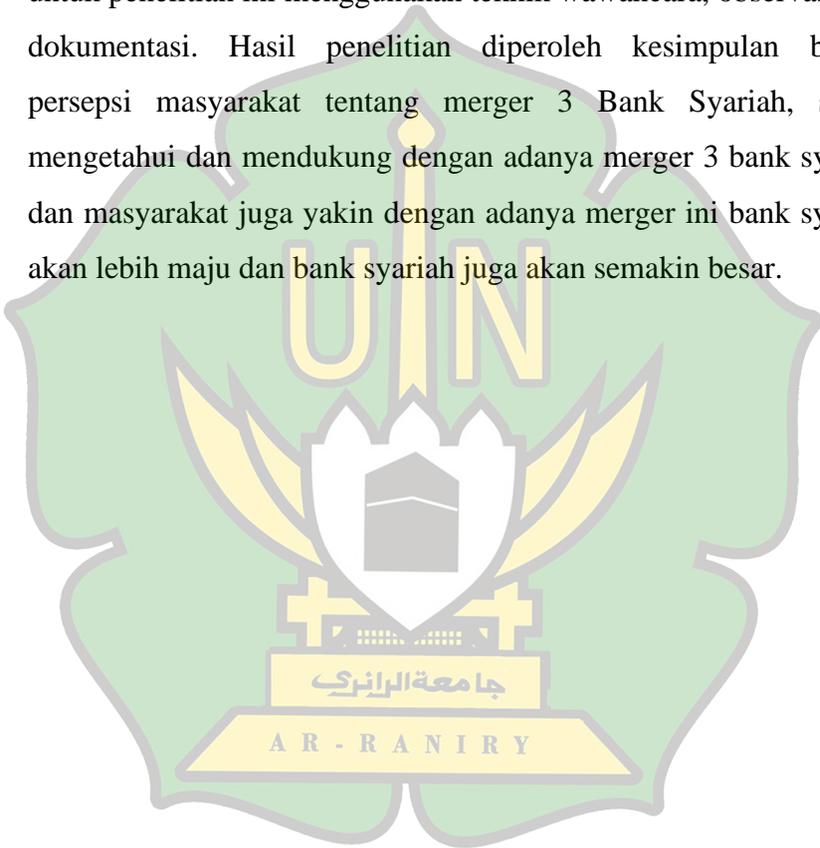
Hasil penelitian ini juga terkait dengan penelitian yang dilakukan oleh Meri Anggraini (2021) yang berjudul “Persepsi Mahasiswa Terhadap Bank Syariah Indonesia (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi)”. Hasil penelitian ini menemukan persepsi yang berbeda-beda dari masing-masing informan. Terdapat enam kategori yang dipersepsikan mahasiswa yaitu BSI merupakan bank syariah yang beroperasi dengan menggunakan prinsip syariah yaitu

88%, BSI merupakan gabungan dari BRI Syariah, BNI Syariah dan Bank Syariah Mandiri yaitu 94%, BSI belum sepenuhnya menjalankan konsep berdasarkan prinsip syariah yaitu 18%, BSI hanya sebagai wadah atau jika ada keperluan saja yaitu 44%, BSI merupakan bank yang melakukan kerja sama dengan UIN STS Jambi yaitu 24%, dan yang belum benar-benar memahami apa itu BSI yaitu 12%. Terdapat 4 faktor yang mempengaruhi dari ke 6 (enam) kategori persepsi, yaitu faktor pribadi, faktor psikologis, faktor sosial, dan faktor budaya.

Sama halnya dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Indriatmini Noegroho (2021) dengan judul penelitian “Merger Merupakan Tantangan atau Peluang Bagi Perekonomian Indonesia”. Hasil dari penelitian ini adalah Setelah masa krisis moneter yang dijalani Indonesia serta dampak yang dihadapi oleh beberapa bank nasional yang sebagian harus dilikuidasi, muncul strategi alternatif yaitu kebijakan merger sebagai kebijakan dalam mempertahankan bank-bank yang akan dilikuidasi serta memperbaiki kinerja Bank Nasional agar dapat bekerja dan beroperasi secara efisien. Proses merger bagi perbankan memiliki dampak langsung baik positif maupun dampak negatif seperti yang telah kami paparkan diatas, tergantung dari perspektif kita memandangnya dan strategi yang dilakukan oleh perbankan itu sendiri.

Selanjutnya penelitian oleh Dwi Setiawati (2021) Dengan judul “Persepsi Masyarakat Tentang Merger 3 Bank Syariah”.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi masyarakat Kelurahan Sumur Dewa RT.20 RW.06 tentang merger 3 bank syariah. Untuk mengungkapkan persoalan tersebut, penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Pengumpulan data untuk penelitian ini menggunakan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian diperoleh kesimpulan bahwa persepsi masyarakat tentang merger 3 Bank Syariah, sudah mengetahui dan mendukung dengan adanya merger 3 bank syariah dan masyarakat juga yakin dengan adanya merger ini bank syariah akan lebih maju dan bank syariah juga akan semakin besar.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian tentang “Persepsi Nasabah Terhadap Kualitas Pelayanan Bank Syariah Indonesia (BSI) Pasca Migrasi Pada Cabang Kota Banda Aceh,” maka penulis memberikan kesimpulan bahwa persepsi “Nasabah Terhadap Kualitas Pelayanan Bank Syaria Indonesia (BSI) Pasca Migrasi Pada Cabang Kota Banda Aceh” sangat positif, hal ini bisa kita lihat dari pernyataan nasabah terhadap angket yang telah peneliti sebarakan. Nasabah kota Banda Aceh mendominasi jumlah nasabah diseluruh Aceh, sehingga minat nasabah di Kota Banda Aceh menggunakan produk dan layanan BSI bisa meningkat.

Adapun *mean score* yang didapatkan pada penelitian ini sebanyak 66,00% pada pernyataan “Jumlah ATM Setor tunai BSI harus diperbanyak”, agar nasabah mendapatkan kemudahan dan dukungan pada kelancaran bisnis atau kegiatan lainnya yang berhubungan dengan kegiatan teller pada kantor. Sedangkan persentase terendah yaitu sebanyak 11% pada pernyataan “proses migrasi berjalan sangat baik”. Hal ini menunjukkan bahwa proses imigrasi berjalan kurang maksimal dan mendapat keluhan dari nasabah BSI Kota Banda Aceh.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian tentang “Persepsi Nasabah Terhadap Kualitas Pelayanan Bank Syariah Indonesia (BSI) Pasca Migrasi Pada Cabang Kota Banda Aceh” maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Perlunya mencari variabel-variabel lain yang lebih sesuai dan secara teoritis bisa meningkatkan kepuasan masyarakat terhadap kualitas pelayanan di Bank Syariah Indonesia Cabang Kota Banda Aceh. Peneliti menyarankan untuk penelitian selanjutnya agar mencoba meneliti tingkat minat masyarakat dalam menabung di Bank syariah Indonesia Cabang Kota Banda Aceh.
2. Untuk mendapatkan gambaran lebih luas maka perlu juga memperluas jangkauan dan jumlah subyek yang dijadikan sampel penelitian. Begitu pula area penyebaran yang tidak hanya lingkungan perbankan Syariah Indonesia Cabang Kota Banda Aceh.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agus Marimin, 2017, *Perkembangan Bank Syariah Di Indonesia*.  
Jurnal Ilmiah.
- Aidil. (2014). *Analisis Pinjaman Kredit Usaha Rakyat (KUR) pada  
BRI Kanca Tebing Tinggi Unit Serampah*. Jurnal Ilmiah  
*Accounting Change*.
- Al-Arif, M. Nur Rianto. (2008). *Dasar-Dasar Pemasaran Bank  
Syariah*. Bandung: Alfabeta Antonio.
- Arifin, Zainul. (2009). *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah*.  
Jakarta: Pustaka Alvabeta.
- Arikunto, S. (2006). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Bumi  
Aksara.
- Ascarya. (2011). *Akad dan Produk Bank Syariah*. Jakarta: PT. Raja  
Grafindo Persada.
- Asiyah Binti Nur. (2015). *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*.  
Yogyakarta : Kalimedia.
- Aziz, Azizah. (2012). *Strategi Penanganan Pembiayaan  
Bermasalah Pada Bank Syariah Mandiri Cabang  
Pembantu Bone*. Skripsi UIN Alauddin Makassar.
- Basrowi dan Suwandi, (2008), *Memahami penelitian kualitatif*.  
Jakarta: PT.  
Ekonomi Islam 1, no.2:75-87.
- Hasan Ali, (2010), *Marketing Bank Syariah*. Bogor: Ghalia  
Indonesia.

Ihsani, D.W, (2017), *Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Atribut Wisata*.

Iriana Fristiana, (2017), *Metode penelitian terapan*. Jakarta : Parama ilmu.

Ismail, (2018), *Manajemen Perbankan Dari Teori Menuju Aplikasi*. Jakarta:

Rineka Cipta.

-----, (2017), *Perbankan Syariah*. Jakarta : Kencana.

Kasmir, (2012), *Manajemen Perbankan*. Jakarta: Rajawali Persada Kencana

Juniarti.

Meleong, Lexy j. (2007), *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : Remaja

Offset.

Siti Juli Hestina, (2017), *Analisis Perbandingan Sistem Pembiayaan KPR BRI dan Pembiayaan KPRS BNI Syariah Cabang Yogyakarta*.

Suwartono, (2014), *Dasar-Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: CV. Andi

*Syariah di Indonesia*. Semarang: Jurnal UNIMUS. Vol. 2

No.1.

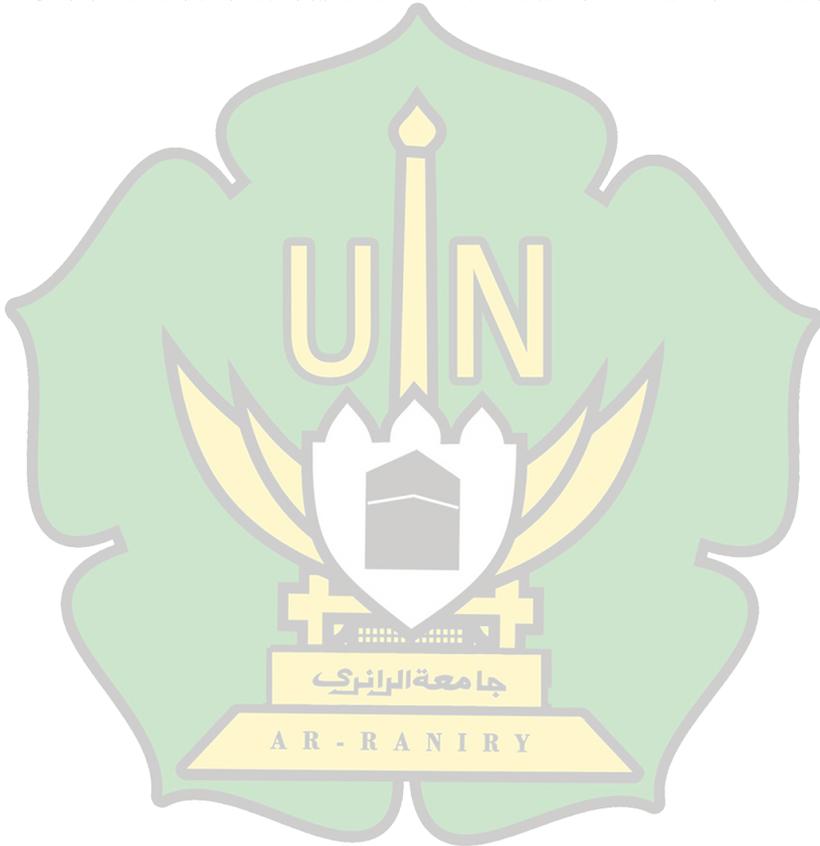
Tjiptono, (2017), *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, Penelitian)*.

Umaar Husein, (2009), *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta : Rajawali Persada.

Wilarjo, Setia Budi, (2014), *Pengertian, Peranan, dan Perkembangan Bank*.

Yogyakarta: Amara Books.

Zeithaml, Valarie A, (2017), *Services Marketing Integrating Customer Focus Across The Firm 7th Edition*. New York: McGraw.



## LAMPIRAN

### Lampiran 1 Angket Penelitian

Assalamu'alaikum wr.wb.

Dengan Hormat, Bapak/Ibu/Saudara/I yang saya hormati

Sehubungan dengan penyelesaian Tugas Akhir Skripsi, yang berjudul “Persepsi Nasabah Terhadap Kualitas Pelayanan Bank Syariah Indonesia (BSI) Pasca Migrasi Pada Cabang Kota Banda Aceh” di Kota Banda Aceh”, saya:

Nama : Muhammad Aqil Azizi

NIM : 150603050

Fakultas/Prodi : Ekonomi Bisnis Islam/Perbankan Syariah

Universitas : Universitas Islam Negeri Ar-Raniry  
Banda Aceh

Bermaksud untuk memohon kesedian Bapak/Ibu/Saudara/i dalam mengisi angket ini menjadi bantuan yang sangat berarti bagi saya untuk menyelesaikan penelitian skripsi ini. Saya menjamin kerahasiaan jawaban Bapak/Ibu/Saudara/i berikan dan hasilnya akan digunakan untuk kepentingan penelitian. Atas kesediaan waktunya dari Bapak/Ibu/Saudara/i dalam mengisi angket ini saya ucapkan terimakasih banyak.

*Wassalamu'alaikum wr.wb.*

Hormat Saya,

Muhammad Aqil Azizi

## Angket Penelitian

Mohon dengan hormat kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk menjawab pertanyaan ini dan memberi tanda (  $\surd$  ) pada kolom yang tersedia:

1. Jenis Kelamin

- Laki-Laki
- Perempuan

2. Umur

- <20
- 21-40
- 41-50
- >51

3. Pendidikan Terakhir

- <SMP
- SMA
- Diploma
- S1
- S2/S3

4. Pekerjaan

- PNS
- Wiraswasta
- mahasiswa
- Pedagang
- Dan Lain-lain



## 5. Domisili

- Meuraxa
- Kuta Raja
- Kuta Alam
- Syiah Kuala
- Ulee Kareng
- Baiturrahman
- Lueng Bata
- Banda Raya
- Jaya Baru

### Petunjuk Pengisian

Berikanlah tanda checklist (  $\checkmark$  ) pada kolom Bapak/Ibu/Sdr/i pilih sesuai keadaan yang sebenarnya, dengan alternatif jawaban sebagai berikut:

Keterangan	Bobot
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

## 1. Pernyataan Nasabah Pada Angket

### A. Persepsi

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Sangat nyaman dengan pelayanan					

	BSI pasca migrasi					
2	Kualitas pelayanan BSI lebih baik pasca migrasi dibandingkan sebelum migrasi					
3	BSI semakin membaik memberikan pelayanan sejauh ini					
4	Seluruh nasabah bank syariah sebelumnya melakukan migrasi ke BSI					
5	Proses migrasi berjalan sangat baik, dan BSI memberikan pelayanan prima					
6	BSI terus berinovasi dalam memberikan pelayanan					
7	Jumlah ATM BSI di Banda Aceh harus diperbanyak, terutama di SPBU					
8	Jumlah ATM Setor tunai BSI harus diperbanyak					
9	BSI agen di Kota Banda Aceh harus diperbanyak					

## B. Pelayanan

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	<i>Costumer Service</i> BSI bersikap ramah saat memberikan pelayanan pada nasabah					
2	Merasa nyaman saat berada di Bank Syariah Indonesia					
3	Merasa aman melakukan transaksi pada BSI di Kota Banda Aceh					
4	BSI sangat membantu dalam melakukan aktivitas transaksi keuangan saya					
5	<i>Costumer Service</i> BSI selalu membantu saat ada kendala					
6	BSI selalu menjamin keamanan nasabah dalam melakukan transaksi					



## Lampiran 2 Jawaban Responden

### A. Persepsi

X P1	X P2	X P3	X P4	X P5	X P6	X P7	X P8	X P9
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	2	3	4	3	5	5	5	3
4	4	5	3	3	5	4	5	3
3	3	3	4	3	3	4	4	4
3	3	3	3	3	3	4	5	4
3	3	3	2	3	4	4	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	3
3	3	2	4	3	4	4	4	4
2	3	2	4	3	5	5	5	4
4	4	4	4	4	5	4	5	5
4	3	4	2	4	5	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	3	3	4	3	5	5	5	5
4	4	4	4	4	5	5	5	4
4	3	4	3	4	5	4	5	3
5	5	5	5	5	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	2	3	3	3	5	5	5
4	4	4	4	4	3	3	3	4
4	4	3	5	4	5	5	5	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	5	4	5	4	5	4
4	4	4	4	4	5	5	5	5
5	4	5	4	4	5	4	5	3

1	2	2	1	2	4	4	3	4
4	4	3	4	4	5	5	4	3
4	4	2	4	2	4	4	5	4
3	3	3	3	3	3	5	5	3
4	4	5	4	3	5	5	5	5
5	5	5	5	4	5	5	5	5
4	4	4	3	4	5	4	5	3
5	5	5	5	3	3	4	4	4
2	2	3	3	3	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	4	1	3	5	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	3	4	4	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	4	4	5	4	5	4	5	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	4	3	4	5	5	5	5
4	4	4	4	4	5	4	5	4
4	3	2	4	3	5	5	5	4
4	4	3	2	4	5	5	5	3
4	3	4	3	3	4	5	5	4
2	1	3	1	1	4	4	5	3
4	4	4	3	2	4	4	5	4
3	3	4	4	3	5	3	4	2
3	3	4	3	3	5	4	5	4
4	3	3	5	3	5	5	5	3
3	3	3	3	3	4	4	4	3
4	4	4	4	4	4	4	3	4
4	3	4	3	3	4	5	5	5

4	4	3	5	4	5	5	5	4
4	4	5	5	4	4	5	4	5
4	5	5	5	4	5	5	5	5
4	5	3	4	3	5	5	3	4
5	5	5	3	5	5	5	5	5
4	4	4	5	5	5	4	4	3
3	2	4	3	3	5	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	3	3	5	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5	5	5
3	3	3	4	3	5	4	5	4
4	5	4	3	4	5	5	5	3
4	4	5	4	4	4	5	5	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	5	5	5	3
3	2	2	3	3	4	4	4	4
3	2	2	4	2	5	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
1	1	2	2	3	5	4	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	2	2	5	2	5	5	5	5
4	4	4	4	4	3	4	4	4
4	4	5	3	3	4	5	5	5
4	3	2	4	3	4	4	5	5
4	4	3	2	3	3	5	5	3
3	4	3	3	4	5	4	5	4
2	2	2	2	4	5	3	5	3
3	3	3	3	3	5	4	5	5
4	4	2	5	4	4	4	3	5

4	4	4	5	4	5	5	5	4
3	3	3	2	2	5	5	5	5
4	4	5	5	5	5	5	5	5
3	2	3	5	4	4	5	5	4
5	5	4	5	5	3	4	4	5
4	4	4	3	3	3	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	5	5	5	5	5	5	5	4
3	3	4	4	3	3	5	4	3
3	3	4	4	4	4	5	5	4
5	4	4	4	4	5	4	5	5
4	4	4	4	3	4	4	5	4
4	3	4	4	4	4	4	4	3
3	4	4	3	3	4	4	4	4
3	4	4	3	3	4	4	4	4
5	4	4	5	4	5	5	4	3
5	5	4	5	4	5	5	5	4
5	5	5	5	4	5	5	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	2	3	4	3	5	5	5	3

AR - RANIRY

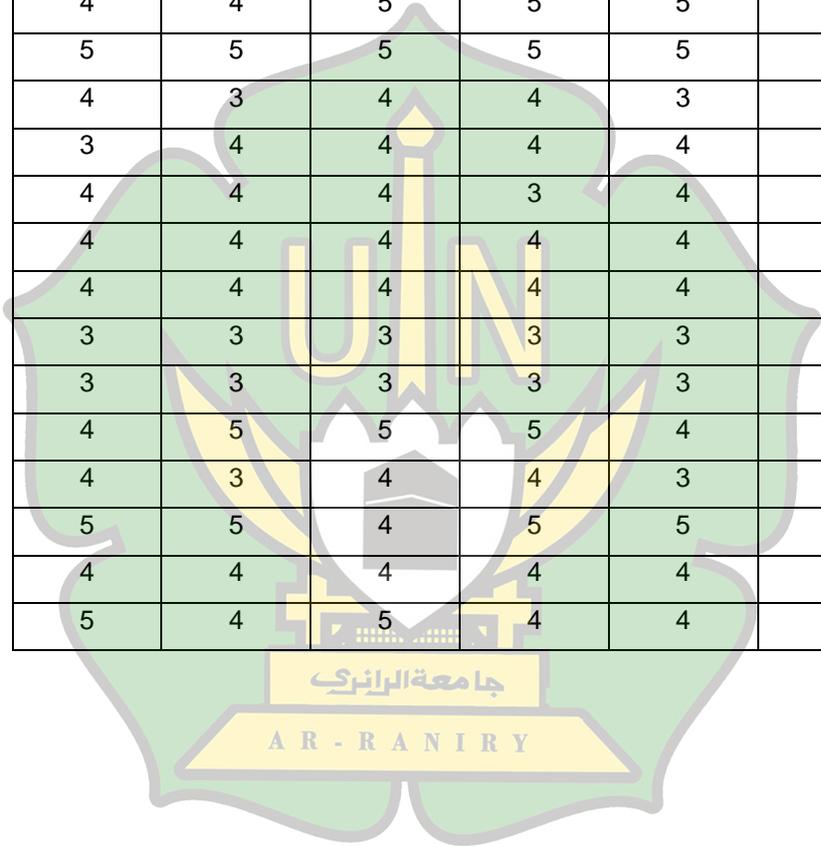
## B. Pelayanan

<b>Y P1</b>	<b>Y P2</b>	<b>Y P3</b>	<b>Y P4</b>	<b>Y P5</b>	<b>Y P6</b>
4	4	4	4	4	4
5	4	5	4	4	3
3	3	5	4	4	5
3	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
4	3	4	4	4	4
2	3	3	3	3	3
4	3	3	2	3	3
4	4	4	4	4	4
5	4	5	4	4	4
5	5	5	5	5	5
4	4	4	5	3	4
3	3	4	4	4	4
4	3	4	3	4	4
4	4	4	4	5	5
4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5
3	3	2	3	3	3
4	3	4	4	3	3
3	3	4	3	3	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	4	4
4	4	4	4	4	4
3	5	4	5	5	5
1	1	2	1	1	2

4	4	4	5	4	5
4	4	4	5	4	5
4	3	3	3	5	3
4	3	3	4	4	5
5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4
3	5	3	4	5	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	3	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5
3	4	4	4	3	4
5	5	5	5	5	5
3	4	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4
2	2	3	3	2	1
3	4	4	4	4	3
4	4	4	4	4	3
4	4	5	5	5	4
5	3	3	3	4	3
3	3	3	4	3	3
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	3	3	3	3	3

5	4	4	3	4	4
4	4	3	4	4	4
3	4	3	4	3	4
5	5	5	5	4	5
5	5	5	5	5	5
4	4	3	2	4	3
4	4	4	4	4	4
5	4	4	5	4	5
5	4	5	4	4	4
4	4	4	4	4	4
3	3	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
5	3	4	4	3	4
3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
5	4	4	4	4	4
2	3	3	5	3	3
4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	4	5
4	3	4	4	4	4
5	5	5	5	4	4
3	4	4	3	3	5
5	3	3	4	4	4
3	3	4	4	4	4
4	4	4	3	4	4
4	4	4	4	4	4
3	4	2	5	4	4
5	4	4	4	4	5

3	3	3	3	3	3
4	4	5	4	4	4
4	4	3	3	4	4
4	5	5	5	5	5
4	4	4	4	3	4
4	4	5	5	5	4
5	5	5	5	5	5
4	3	4	4	3	4
3	4	4	4	4	4
4	4	4	3	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	4
3	3	3	3	3	4
4	5	5	5	4	4
4	3	4	4	3	4
5	5	4	5	5	5
4	4	4	4	4	4
5	4	5	4	4	3



### Lampiran 3 Uji Validitas

Variabel	Nomor Item	Nilai r hitung	Nilai r table	Keterangan
Persepsi (X)	A1	0,751	0,1735	Data Valid
	A2	0,642	0,1735	Data Valid
	A3	0,660	0,1735	Data Valid
	A4	0,838	0,1735	Data Valid
	A5	0,828	0,1735	Data Valid
	A6	0,746	0,1735	Data Valid
	A7	0,737	0,1735	Data Valid
	A8	0,606	0,1735	Data Valid
	A9	0,751	0,1735	Data Valid
Kualitas Pelayanan(Y)	B1	0,646	0,1735	Data Valid
	B2	0,748	0,1735	Data Valid
	B3	0,644	0,1735	Data Valid
	B4	0,662	0,1735	Data Valid
	B5	0,597	0,1735	Data Valid
	AB6 - R A 10,685 Y	0,685	0,1735	Data Valid

### Lampiran 4 Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach'Alpha	Keterangan
Persepsi	0,849	Reliabel
Kualitas Pelayanan	0,866	Reliabel

### Lampiran 5 Statistik Deskriptif

No	STS		TS		N		S		SS		Total	
	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%
1	2	2,00	6	6,00	25	25,00	53	53,00	17	17,00	100	100,00
2	2	2,00	10	10,00	25	25,00	48	48,00	16	16,00	100	100,00
3	-	-	14	14,00	21	21,00	49	49,00	19	19,00	100	100,00
4	3	3,00	7	7,00	26	26,00	39	39,00	26	26,00	100	100,00
5	1	1,00	7	7,00	35	35,00	48	48,00	11	11,00	100	100,00
6	-	-	1	1,00	10	10,00	35	35,00	55	55,00	100	100,00

					0	0	5	0	5	0	0	0
7	-	-	-	-	4	4,0	4	49,	4	49,	10	10
							9	0	9	0	0	0
8	1	1,0	-	-	5	5,0	3	31,	6	66,	10	10
							1	0	6	0	0	0
9	-	-	2	2,0	2	22,	4	49,	2	28,	10	10
							2	0	9	0	0	0
10	-	-	4	4,0	8	8,0	4	40,	4	48,	10	10
							0	0	8	0	0	0
11	-	-	1	1,0	1	15,	3	37,	4	47,	10	10
							5	0	7	0	0	0
12	-	-	1	1,0	1	15,	3	37,	4	47,	10	10
							5	0	7	0	0	0
13	1	1,0	1	1,0	5	5,0	4	46,	4	47,	10	10
							6	0	7	0	0	0
14	1	1,0	1	1,0	5	5,0	4	46,	4	47,	10	10
							6	0	7	0	0	0
15	-	-	2	2,0	9	9,0	4	44,	4	45,	10	10
							4	0	5	0	0	0

## Lampiran 6 Biodata Penulis

### RIWAYAT HIDUP

Nama : Muhammad Aqil Azizi  
NIM : 150603050  
Tempat Tanggal Lahir : Lhokseumawe, 7 Juni 1996  
Agama : Islam  
Kebangsaan/Suku : Indonesia/Aceh  
Status Perkawinan : Belum Kawin  
Pekerjaan : Mahasiswa  
Alamat : Dusun Lamkuta, Cadek,  
Kec. Baitussalam, Kab.  
Aceh Besar

Nama Orang Tua  
a. Ayah : Hasbi Hasan (Alm)  
b. Ibu : Jasmi

Pekerjaan Orang Tua  
a. Ayah : -  
b. Ibu : IRT

Alamat Orang Tua : Dusun Lamkuta, Cadek,  
Kec. Baitussalam, Kab.  
Aceh Besar

Riwayat Pendidikan  
a. SD/MIN : MIN Cunda  
b. SMP/MTSN : MTsN Lhokseumawe  
c. SMA/MAN : SMKN 2 Banda Aceh  
d. Perguruan Tinggi : FEBI  
Prodi Perbankan Syariah  
UIN Ar-Raniry Banda Aceh

Demikianlah biodata ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Banda Aceh, November 2022

Muhammad Aqil Azizi