

SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, RELIGIUSITAS, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA KCP PANGKALAN BERANDAN



Disusun Oleh :

**M. SYUKRAN ADITYA IZZULHAQ
NIM. 190603075**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2023 M/1445 H**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : M. Syukran Aditya Izzulhaq

NIM : 190603075

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. *Tidka melakukan manipulasi dan pemalsuan data.*
5. *Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.*

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 15 September 2023

Yang menyatakan,




M. Syukran Aditya Izzulhaq

PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

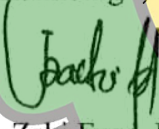
Pengaruh Kualitas Pelayanan, Religiusitas, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Kcp Pangkalan Berandan

Disusun Oleh:

M. Syukran Aditya Izzulhaq
NIM: 190603075

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

Pembimbing I,


Dr. Zaki Fuad, M.Ag
NIP. 196403131992031003

Pembimbing II,


Rikal Malia, MBA
NIP. 198906032020122013


Mengetahui
Ketua Program Studi Perbankan Syariah,


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

PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Religiusitas, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Kcp Pangkalan Berandan

M. Syukran Aditya Izzulhaq

NIM: 190603075

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: Rabu, 15 September M
29 Safar 1445 H

Banda Aceh
Dewan Penguji Sidang Skripsi

Ketua,

Dr. Zaki Fuad, M.Ag
NIP. 196403131992031003

Sekretaris,

Rika Mulia, MBA
NIP. 198906032020122013

Penguji I,

Cut Dian Fitri., M.Si., Ak., CA
NIP. 198307092014032002

Penguji II,

Windy Dian Safitri, M.Si
NIP. 199005252022032001

Mengetahui,

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



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



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

Jl. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh

Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax. 0651-7552922

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

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

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : M. Syukran Aditya Izzulhaq

NIM : 190603075

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah

E-mail : 190603075@student.ar-raniry.ac.id

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

☐ Tugas Akhir ☐ KKK ☐ Skripsi ☐

yang berjudul (*tulis judul karya ilmiah yang lengkap*):

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Religiusitas, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Kcp Pangkalan Berandan

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 : 15 September 2023

Mengetahui,

Penulis,

M. Syukran Aditya Izzulhaq
NIM: 190603075

Pembimbing I,

Dr. Zaki Fuad, M.Ag
NIP. 196403131992031003

Pembimbing II,

Rika Mulya, MBA
NIP. 198906032020122013

KATA PENGANTAR



Syukur Alhamdulillah kita panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta karunia-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Religiusitas, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Kcp Pangkalan Berandan”**. Shalawat beriring salam tidak lupa kita curahkan kepada junjungan Nabi besar kita Nabi Muhammad SAW, yang telah mendidik seluruh umatnya untuk menjadi generasi terbaik di muka bumi ini.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa ada beberapa kesilapan dan kesulitan, namun berkat bantuan dari berbagai pihak Alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh karena itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Prof. Dr. Hafas Furgani, M.Ec selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.
2. Dr. Nevi Hasnita S.Ag., M.Ag dan Inayatillah, MA.Ek selaku ketua dan sekretaris Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Ar- Raniry Banda Aceh.

3. Hafiizh Maulana, S.P., S.HI., M.E selaku Ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
4. Dr. Zaki Fuad, M.Ag dan Rika Mulia, MBA selaku pembimbing I dan pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu dan pikiran dalam memberikan masukan-masukan dan arahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Ismail Rasyid Ridla Tarigan, MA selaku dosen Penasehat akademik yang telah membimbing serta memberikan nasehat dan motivasi terbaik untuk penulis selama menempuh pendidikan di program studi strata satu (S1) Perbankan Syariah.
6. Seluruh dosen dan civitas akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.
7. Kedua orang tua tercinta. Papa dan Mamak yang selalu memberikan kasih sayang, do'a, nasehat, serta atas kesabarannya yang luar biasa dalam setiap langkah hidup penulis, yang merupakan anugrah terbesar dalam hidup. Penulis berharap dapat menjadi anak yang dapat dibanggakan.
8. Balyan, Apis, Romy, Husnul, Andre, dan Sufi. Terima kasih banyak kawan-kawan yang juga telah memberikan semangat kepada penulis untuk mengerjakan skripsi.

9. Siti Isnaini Khadijah, Della Romaya. Terima kasih atas segala bantuan, dukungan, serta waktunya untuk penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat dan karunia-Nya dengan balasan Akhir kata penulis ucapkan ribuan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu. Semoga bantuan yang diberikan kepada penulis dibalaskan oleh Allah SWT. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan pihak-pihak yang membutuhkan.

Banda Aceh, 15 September 2023
Penulis

M. Syukran Aditya Izzulhaq



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

1. Konsonan

No.	Arab	Latin	No.	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ط	Ṭ
2	ب	B	17	ظ	Ẓ
3	ت	T	18	ع	‘
4	ث	Ṣ	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	H	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	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	ع	‘
14	ص	Ṣ	29	ي	Y
15	ض	Ḍ			

2. Vokal

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

a. Vokal Tunggal

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

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

b. Vokal Rangkap

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

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

Contoh:

كيف : *kaifa*

هول : *haul*

3. *Maddah*

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

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda
يَ / اَ	<i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>ya</i>	Ā
يِ	<i>Kasrah</i> dan <i>ya</i>	Ī
يُ	<i>Dammah</i> dan <i>wau</i>	Ū

Contoh:

قَالَ : *qāla*
رَمَى : *ramā*
قِيلَ : *qīla*
يَقُولُ : *yaqūlu*

4. *Ta Marbutah* (ة)

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua.

- a. *Ta marbutah* (ة) hidup

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

- b. *Ta marbutah* (ة) mati

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

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

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

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *Rauḍah al-atfāl/ rauḍatulatfāl*

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ : *Al-Madīnah al-Munawwarah/
alMadīnatul Munawwarah*

طَلْحَة : *Talḥah*

Catatan:

Modifikasi

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

ABSTRAK

Nama : M. Syukran Aditya Izzulhaq
Nim : 190603075
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Religiusitas, Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Kcp Pangkalan Berandan
Pembimbing I : Dr. Zaki Fuad, M.Ag
Pembimbing II : Rika Mulia, MBA

Kepuasan nasabah menjadi sangat penting bagi suatu perusahaan, pada perusahaan yang bergerak di bidang jasa perbankan, di mana pelayanan yang baik memegang peran utama dalam memberikan kepuasan kepada para nasabahnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas pelayanan, religiusitas, dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang (KCP) Pangkalan Berandan. Metode penelitian ini adalah kuantitatif, teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner menggunakan teknik *Purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kepercayaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan religiusitas tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Pangkalan Berandan.

Kata Kunci: *Kepuasan, Kualitas Pelayanan, Religiusitas, Kepercayaan.*

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	iii
PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI	iv
PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI	v
FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI....	vi
KATA PENGANTAR	vii
TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN ...	x
ABSTRAK.....	xiv
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xx
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Sistematika Penulisan.....	10
 BAB II LANDASAN TEORI.....	 12
2.1 Bank Syariah.....	12
2.1.1 Pengertian Bank Syariah.....	12
2.2 Kualitas Pelayanan.....	14
2.2.1 Pengertian Kualitas Pelayanan.....	14
2.2.2 Kualitas Pelayanan dalam Perspektif Islam	15
2.2.3 Indikator Kualitas Pelayanan	17
2.3 Religiusitas.....	19
2.3.1 Pengertian Religiusitas.....	19
2.3.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Religiusitas ...	20
2.3.3 Dimensi Religiusitas	21
2.3.4 Indikator Religiusitas	22
2.4 Kepercayaan.....	25
2.4.1 Pengertian Kepercayaan.....	25
2.4.2 Indikator Kepercayaan	27
2.4.3 Kepercayaan dalam Persepektif Islam	27

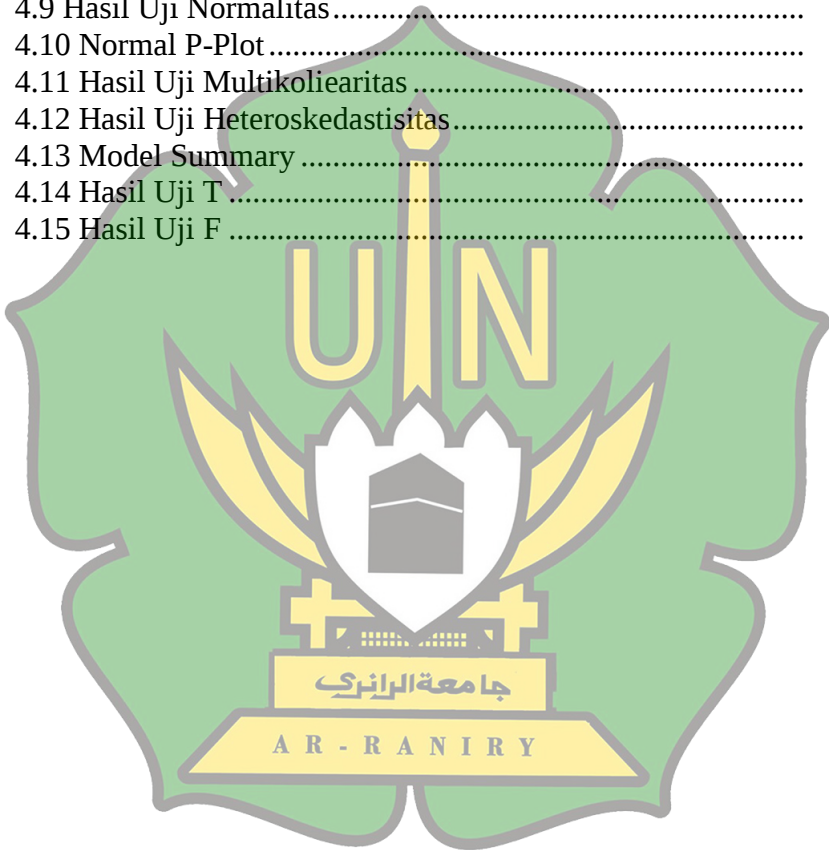
2.5 Kepuasan Nasabah	28
2.5.1 Pengertian Kepuasan Nasabah	28
2.5.2 Indikator Kepuasan Nasabah.....	29
2.6 Penelitian Terkait	30
2.7 Kerangka Pemikiran.....	35
2.8 Hipotesis Penelitian	36
2.8.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah.....	
2.8.2 Pengaruh Religiusitas Terhadap Kepuasan Nasabah.....	37
2.8.3 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	38
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	41
3.1 Desain Penelitian	41
3.2 Populasi & Sampel.....	41
3.2.1 Populasi.....	41
3.2.2 Sampel	42
3.3 Sumber Data.....	43
3.4 Lokasi Penelitian.....	43
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas	45
3.6.1 Uji Validitas.....	45
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	45
3.7 Defenisi dan Operasional Variabel	46
3.8 Teknik Analisis Data.....	48
3.8.1 Uji Asumsi Klasik.....	48
3.9 Uji Regresi Linier Berganda	49
3.10 Koefisien Determinasi (R²).....	51
3.11 Pengujian Hipotesis	51
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	53
4.1 Gambaran Umum PT. Bank Syariah Indonesia (BSI)	53
4.1.1 Sejarah PT Bank Syariah Indonesia (BSI).....	53
4.1.2 Visi dan Misi PT Bank Syariah Indonesia (BSI)54	
4.2 Gambaran Umum Responden	55
4.3 Hasil Penelitian	62

4.3.1 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	62
4.3.2 Uji Asumsi Klasik.....	65
4.3.3 Uji Regresi Linier Berganda.....	69
4.3.4 Pengujian Koefisien Determinasi (R^2).....	70
4.3.5 Pengujian Hipotesis	71
4.4 Pembahasan.....	74
BAB V KESIMPULAN	81
5.1 Kesimpulan	81
5.2 Saran	82



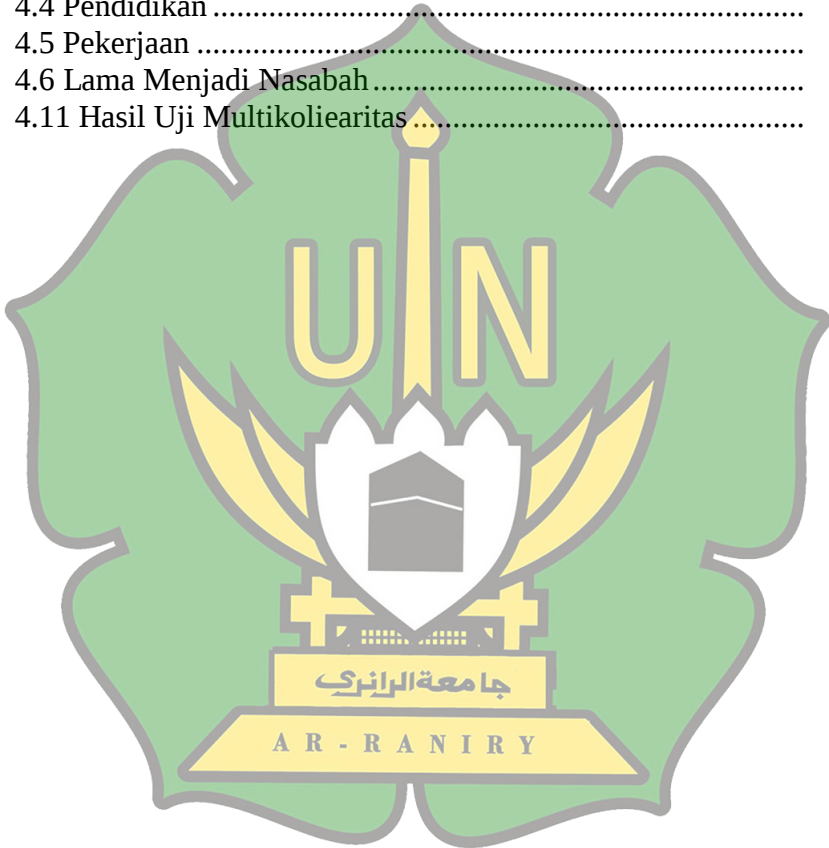
DAFTAR TABEL

2.1 Penelitian Terkait	31
3.1 Definisi Operasional	46
4.7 Hasil Uji Validitas	63
4.8 Hasil Uji Reliabilitas	65
4.9 Hasil Uji Normalitas	66
4.10 Normal P-Plot	67
4.11 Hasil Uji Multikolieritas	68
4.12 Hasil Uji Heteroskedastisitas	69
4.13 Model Summary	71
4.14 Hasil Uji T	72
4.15 Hasil Uji F	73



DAFTAR GAMBAR

2.1 Kerangka Berpikir	35
4.1 Domisili	56
4.2 Jenis Kelamin	57
4.3 Usia	58
4.4 Pendidikan	59
4.5 Pekerjaan	60
4.6 Lama Menjadi Nasabah	61
4.11 Hasil Uji Multikolieritas	68



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Angket Penelitian.....	86
Lampiran 2 Tabulasi Data Responden.....	88
Lampiran 3 Hasil Output SPSS.....	91



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bank syariah adalah bank yang melakukan kegiatan bisnis berdasarkan prinsip syariah tugasnya adalah mengumpulkan dana, menyalurkan dana pembiayaan dan penyediaan layanan. Panjang berlalunya waktu persaingan di dunia perbankan persaingan cepat terlepas dari jumlah bank, jumlah kantor bank dan neraca total bank syariah masih sangat kecil dibandingkan dengan bank konvensional. Begitu jauh transaksi yang ditawarkan oleh bank konvensional lainnya. Beberapa bank syariah menawarkan semua produk perbankan, sebagian besar bank syariah hanya menawarkan produk dan layanan perbankan syariah. (Otoritas Jasa Keuangan,2021)

Berdasarkan UU Perbankan Syariah No. 21 Tahun 2008, perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Perbankan Syariah terdiri dari Bank Umum Syariah (BUS), dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS).

Pengembangan perbankan syariah diupayakan membawa manfaat sebesar-besarnya bagi masyarakat dan memajukan perekonomian secara optimal. Arah perkembangan perbankan syariah nasional selalu mengacu pada rencana strategis lainnya seperti Arsitektur Perbankan Indonesia (API), Arsitektur Sistem Pembiayaan Indonesia (ASKI) dan Rencana Pembangunan Rencana

dan Rencana Jangka Menengah Nasional (RPJMN), Pembangunan Jangka Panjang Nasional (RPJPN). Masalah Pengembangan perbankan syariah merupakan bagian dan sumberdaya yang mendukung pencapaian rencana strategis lebih luas di tingkat nasional. Sistem perbankan syariah yang ingin diimplementasikan oleh bank Indonesia adalah sistem perbankan Islam modern dan universal, terbuka untuk seluruh rakyat Indonesia tanpa pengecualian. Perkembangan bank syariah di Indonesia berjalan sangat cepat. Meskipun jumlah bank, jumlah cabang bank dan jumlah total aset perbankan syariah masih sangat kecil dibandingkan dengan bank konvensional. (OJK, 2020).

Selama ini pertumbuhan perbankan syariah masih terlihat positif meskipun pertumbuhan melambat dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Setelah tiga tahun terakhir, aset bank syariah terus bertambah dua digit yaitu 6,18%. Perbankan nasional meningkat setiap tahunnya sebelumnya sebesar 5,96%. baik BUS, UUS dan pertumbuhan BPRS positif. Dilihat dari datanya, hal itu bisa ditentukan perkembangan perbankan syariah di Indonesia pertumbuhan yang pesat dalam beberapa tahun terakhir. (OJK, 2022).

Membangun hubungan yang kuat dan dekat dengan pelanggan adalah impian setiap pemasar dan seringkali menjadi kunci kesuksesan pemasaran jangka panjang (Keller, 2008:153). Tatap muka persaingan yang meningkat di industri perbankan baik bagi bank pemerintah maupun swasta telah meluncurkan berbagai

strategi untuk menarik prospek dan pelanggan dirujuk untuk membuat mereka tetap setia. Pada titik ini, nasabah dihadapkan pada banyak pilihan produk. Layanan yang mereka beli, nasabah memilih produk atau layanan berdasarkan mereka persepsi mereka tentang kualitas atau kualitas layanan (Anita., dkk., 2015). Kepuasan pelanggan adalah satu hal penting bagi kesuksesan perusahaan. Performa bagus dan pelanggan puas sepenuhnya untuk mempromosikan perusahaan. Pada akhirnya, ini membantu perusahaan bertahan dan bersaing di pasar (Hamza., dkk., 2015).

Dengan meningkatnya persaingan komersial antara institusi dan lembaga, Bank-bank syariah perlu meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan dan pemangku kepentingan untuk memungkinkan bersaing dan berkolaborasi dengan lembaga keuangan lain untuk memberikan dan menjaga kepuasan pelanggan. Nugroho (2014) ditemukan dalam penelitiannya kualitas layanan memiliki dampak besar pada kepuasan pelanggan. Dalam penelitian lain, Putri (2015) juga ditampilkan kualitas pelayanan terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Temuan ini dikonfirmasi oleh hasil Dewi (2014). Kualitas layanan memiliki hubungan positif dan signifikan dengan kepuasan pelanggan. Dengan kata lain, kualitas pelayanan yang baik membuat perbedaan meningkatnya keinginan untuk mempertahankan kepuasan dan loyalitas pelanggan sebaliknya, kualitas pelayanan yang buruk menyebabkan ketidakpuasan, loyalitas pelanggan juga

menurun. Untuk lebih baik atau lebih buruk kualitas layanan yang diberikan tergantung pada kinerja penyedia layanan selalu memenuhi harapan pelanggan.

Kualitas layanan perbankan syariah telah banyak dikritik masyarakat, khususnya mengenai penerapan sistem bagi hasil yang diterapkan. Beberapa di antaranya masih meragukan kesesuaian bank syariah dengan syariat islam. Selain itu, beberapa keluhan pelayanan di bagian *front office* yang terkesan kurang profesional juga banyak dilontarkan. Tentu saja hal seperti ini harus segera diperbaiki untuk menjaga loyalitas nasabah dengan mengutamakan prinsip syariah sebagai motivator untuk menggunakan bank syariah. Upaya yang memungkinkan untuk dilakukan adalah dengan memperbaiki dan meningkatkan pelayanan bank syariah yang didalamnya juga melibatkan kesesuaian produk dengan prinsip syariah yang menjadi pembeda bank syariah dengan bank konvensional. (Astuti, 2009:48).

Selain kualitas layanan yang diberikan oleh bank syariah, bersaing dengan lembaga keuangan lainnya untuk pengiriman bank syariah juga harus memanfaatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan dalam kegiatan operasional. Semua muslim yang pandai berpikir suatu sikap atau tindakan yang dalam beberapa hal ditentukan oleh Islam secara menyeluruh seperti ekonomi, sosial, politik atau dalam aktivitas apapun, semua umat Islam diperintahkan untuk selalu melakukannya perintah Allah dimana dan dalam keadaan apapun. (Ancok dan Fuat, 2015). Religiusitas adalah aktivitas keagamaan

seseorang dalam ibadah, Agama lebih dari sekedar melakukan ibadah ,tapi itu adalah keyakinan seseorang yang mencakup pikiran, hati, dan realitas, itu bisa menunjukkan kualitas orang yang religius.

Sikap religi seseorang memanifestasikan dirinya dalam banyak aspek kehidupan. Kegiatan keagamaan tidak hanya terjadi ketika seseorang melakukan suatu tindakan hanya dalam upacara (ibadah), tetapi juga ketika melakukan aktivitas yang lain yang didorong oleh kekuatan supranatural. Bukan hanya berkaitan dengan kegiatan yang tampak dan dapat dilihat dengan mata, tetapi juga aktivitas yang tidak tampak dan terjadi pada diri seseorang (Sahlan, 2011). Berdasarkan sikap ini maka manusia selalu berusaha beradaptasi dengan aktivitas apapun dalam ketentuan agama ditujukan untuk memperoleh keberkahannya.

Lukman Hakim Saifuddin, Menteri Agama Republik Indonesia Hal ini diumumkan pada KUII IV (Kongres Muslimin Indonesia), Yogyakarta, berdasarkan data Sensus BPS tahun 2010, *religious demography* di Indonesia menunjukan pemeluk agama Islam sebanyak 207.176.162 jiwa atau setara 87,21% dari total 234.556.363 Penduduk Indonesia (kemenag.2015). Umat Islam di Indonesia tidak menggunakan bank syariah pemenang pasar. Berdasarkan data tersebut, sangat disayangkan hal tersebut terjadi potensi pasar yang besar bagi Bank syariah itu tidak bisa dimaksimalkan secara optimal. Ini harus diperhatikan bank syariah guna mendapatkan nasabah di Indonesia yang mayoritas beragama Muslim.

Kepercayaan nasabah merupakan sebuah jenis refleksi emosional bagi perdagangan. Hal tersebut tergantung pada tingkat pemenuhan produk yang diharapkan atau layanan manfaat, serta tingkat konsistensi harapan dan hasil aktual. Apabila nasabah mengharapkan suatu pelayanan pada tingkat tertentu, dan yang dirasakannya pelayanan yang diterima lebih tinggi dari apa yang diharapkannya dan tetap menggunakan produk atau pelayanan tersebut, maka nasabah tersebut dapat dikatakan percaya. Demikian pula apabila nasabah mengharapkan suatu tingkat pelayanan tertentu, dan pada kenyataannya nasabah tersebut merasakan bahwa pelayanan yang diterimanya sesuai dengan harapannya, maka nasabah tersebut dapatlah dikatakan puas. Sebaliknya, bila kualitas pelayanan yang diterima lebih rendah dari kualitas pelayanan yang diharapkan, maka nasabah tersebut akan dikatakan sebagai nasabah yang tidak puas sehingga nasabah tersebut tidak akan percaya terhadap suatu pelayanan atau dengan kata lain kecewa. (Stefanus, 2008).

Ketidakpercayaan dapat diselesaikan oleh pihak pengelola bank, apabila adanya komitmen akan kualitas pelayanan yang berorientasi pada nasabah merupakan prasyarat utama dalam menunjang keberhasilan bisnis, khususnya pada industri jasa. Nasabah jasa terlibat langsung dalam proses produksi jasa itu sendiri. Oleh sebab itu, nasabah jasa sangat tergantung pada siapa dan bagaimana jasa tersebut diberikan. Karena keberhasilan proses produksi jasa tersebut sangatlah tergantung dari penilaian nasabah

terhadap kualitas pelayanan suatu jasa (Kaderi dan Diahmarissa, 2003). Dengan kata lain, peningkatan kualitas pelayanan yang dilakukan oleh suatu perusahaan harus sesuai dengan keinginan dari nasabah ataupun konsumen perusahaan tersebut, karena sebegus apapun produk yang dihasilkan oleh perusahaan, jika nasabah atau konsumen tidak menyukainya maka, produk tersebut tidak ada artinya (Ishak, 2005).

Setelah investigasi yang dilakukan oleh (Sheila & Kusnilawati, 2012) dan (Panca, 2010) menjelaskan kualitas layanan ini memiliki efek positif terhadap kepuasan pelanggan. Layanan berkualitas diberikan kepada konsumen untuk peningkatan kepuasan konsumen dampak positif dan penting kepuasan pelanggan.

Kepuasan Nasabah merupakan respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian. Salah satu faktor yang menentukan kepuasan Nasabah adalah persepsi pelanggan mengenai kualitas jasa berfokus pada lima dimensi yaitu *tangible* (bukti langsung), *reability* (keandalan), *responssiveness* (ketanggapan), *assurance* (jaminan), *emphaty* (empati) dan *access*. Kepuasan Nasabah, selain dipengaruhi oleh persepsi kualitas jasa, juga ditentukan oleh kualitas produk, harga, dan faktor-faktor yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat (Hartono, 2009).

Kepuasan nasabah menjadi sangat penting bagi suatu perusahaan, yang dalam penelitian ini adalah perusahaan yang bergerak di bidang jasa perbankan, di mana pelayanan yang baik

memegang peran utama dalam memberikan kepuasan kepada para nasabahnya. Dengan pelayanan ini maka akan memunculkan suatu tingkat kepuasan pada nasabah baik itu kepuasan positif maupun kepuasan negatif. Bagi perusahaan perbankan suatu kepuasan nasabah sangat diperlukan khususnya dalam rangka eksistensi perusahaan tersebut, sehingga nasabah tersebut akan tetap menggunakan jasa perusahaan tersebut.

Berdasarkan uraian diatas, maka dalam penelitian ini penulis mengangkat judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Religiusitas, Kepercayaan Nasabah terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Pangkalan Berandan”**.

1.2 Rumusan Masalah

Dari penjelasan latar belakang, maka dapat dibuat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan Bank Syariah Indonesia KCP Pangkalan Berandan?
2. Apakah religiusitas nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Pangkalan Berandan?
3. Apakah kepercayaan nasabah terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Pangkalan Berandan?
4. Apakah kualitas pelayanan, religiusitas, dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah KCP Pangkalan Berandan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan masalah di atas maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui kualitas layanan Bank Syariah Indonesia KCP Pangkalan Berandan.
2. Untuk mengetahui Religiusitas nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Pangkalan Berandan.
3. Untuk mengetahui kepercayaan nasabah terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Pangkalan Berandan.
4. Untuk mengetahui kualitas pelayanan, religiusitas, dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Pangkalan Berandan.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

A. Manfaat Teoritis

Hasil Penelitian ini semoga bermanfaat untuk penulis dan penulis dapat memperluas wawasan dan ilmu pengetahuan tentang pengaruh Kualitas Pelayanan, Religiusitas, Kepercayaan Nasabah terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Pangkalan Berandan.

B. Manfaat Praktis

Kegunaan bagi Bank Syariah Indonesia KCP Pangkalan Berandan, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan

dan meningkatkan Pengaruh Kualitas Pelayanan, Religiusitas, Kepercayaan Nasabah terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Pangkalan Berandan.

1.5 Sistematika Penulisan

Dalam penulisan skripsi ini terbagi menjadi lima bab, dan pada kelima bab tersebut didalam nya terdapat sub bab. Secara garis besar berikut pembahasannya:

Bab I PENDAHULUAN

Bab yang pertama yang berisi latar belakang mengenai permasalahan yang mendorong peneliti untuk melakukan peneliti untuk melakukan penelitian ini, rumusan masalah yang berisi permasalahan yang timbul dalam penelitian tersebut, selanjutnya tujuan penelitian, kemudian manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

Bab II LANDASAN TEORI

Bab ini berisikan penjelasan mengenai teori-teori yang diambil dari beberapa kutipan buku, seperti definisi, penelitian terdahulu yang dapat dijadikan telaah pustaka, dan kerangka penelitian yang berisikan arah dari penelitian.

Bab III METODOLOGI PENELITIAN

Bab yang memaparkan tentang desain penelitian, variabel penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, serta teknik dan analisis data

Bab IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab IV ini berisi pembahasan tentang temuan hasil yang didapat dari penelitian.

Bab V KESIMPULAN

Bab ini merupakan bab terakhir yang berisikan tentang kesimpulan dari hasil penelitian serta dengan saran.



BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Bank Syariah

2.1.1 Pengertian Bank Syariah

Bank syariah adalah lembaga keuangan yang berlandaskan pada berdasarkan kemitraan, keadilan, keterbukaan dan universal menjalankan usaha berdasarkan prinsip syariah. Konsep dasar perbankan syariah didasarkan pada Al-Quran dan Hadits, tidak semua produk dan jasa yang ditawarkan dapat bersaing dengan kandungan Alquran dan Hadits Nabi SAW (Kasmir, 2015). Menurut Ismail (2011) dalam bukunya Bank Perbankan Syariah adalah bank yang kegiatan usahanya berdasarkan undang-undang Islam, dan tidak membayar bunga atau jangan membebankan bunga pelanggan. Imbalan yang diterima bank syariah maupun yang dibayarkan kepada nasabah tergantung dari akad dan perjanjian antara nasabah dan bank. Persetujuan Bank syariah harus mengikuti syarat dan prinsip kontrak hukum Islam.

Secara umum, bank syariah mengacu pada sebuah institusi pembiayaan yang bisnis utamanya adalah penyediaan jasa dan layanan pembiayaan pinjaman dalam transaksi pembayaran dan peredaran uang yang telah disesuaikan dengan prinsip syariah. Bank syariah adalah bank operasional yang merujuk pada prinsip-prinsip hukum Islam yang tertuang dalam Al-Qur'an dan Al-Hadits, kemudian perbankan syariah yang diharapkan untuk menghindari kegiatan yang berhubungan dengan riba dan segala sesuatu yang

bertentangan dengan hukum Islam. Adapun perbedaan utama antara bank syariah dan bank konvensional terdiri dari beberapa isu. Namun Bank Syariah tidak menerapkan sistem bunga dalam semua operasinya, bank konvensional menggunakan sistem suku bunga. Ini memiliki implikasi yang sangat besar mendalam dan sangat berpengaruh pada aspek fungsional dan produk dikembangkan oleh bank syariah. Bank syariah lebih menekankan pada sistem tenaga kerja dan kemitraan, kebersamaan, terutama kesediaan semua yang terlibat untuk melakukan hal yang berbeda termasuk untuk keuntungan dan kerugian.

Perbankan syariah juga melakukan kegiatan pembiayaan, tetapi berdasarkan prinsip syariat Islam. Hal tersebut sejalan dengan isi dari Undang-Undang No. 21 Tahun 2010 Tentang Perbankan Syariah. Menurut Muhamad (2017:15-16) pengembangan perbankan syariah di Indonesia mempunyai peluang besar, karena bank konvensional diberi kebebasan untuk membuka kator cabang atau mengganti kantor cabang yang sudah ada menjadi kantor cabang syariah. Hal tersebut merupakan sebuah keuntungan, karena dapat membantu berkembangnya perbankan syariah di Indonesia, semakin banyak perbankan syariah maka akan lebih mudah dikenal oleh masyarakat.

2.2 Kualitas Pelayanan

2.2.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler dan Keller (2008:143) Kualitas (*quality*) adalah jumlah total fitur dan karakteristik yang bergantung pada suatu produk atau layanan kemampuan untuk memenuhi kebutuhan yang dinyatakan atau diasumsikan. Menurut Tjiptono (2008:247) pada dasarnya definisi kualitas layanan berfokus pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan, dan ketepatan pengiriman untuk memenuhi harapan pelanggan. *Quality of Service* atau kualitas layanan terpengaruh penting untuk menciptakan diferensiasi, *positioning*, dan strategi *kompetitif* semua organisasi, baik perusahaan produksi maupun penyedia jasa.

Berdasarkan definisi di atas, kualitas layanan dijelaskan sebagai sikap, tetapi tidak identik dengan kepuasan yang dihasilkan dari perbandingan harapan konsumen dan kemampuan perusahaan. Kualitas berfokus pada manfaat yang diciptakannya bagi pelanggan, dan produktivitas mengacu pada biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan. Dimana kualitas pelayanan memiliki dampak yang besar untuk menciptakan nilai bagi pelanggan dan perusahaan melalui pengiriman pengalaman berkualitas lebih efisien meningkatkan keuntungan jangka panjang perusahaan. (Loverlock.,dkk,2011).

Berkaitan dengan pelayanan, ada dua istilah yang perlu diketahui, yaitu melayani dan pelayanan. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia pengertian melayani adalah membantu

menyiapkan (mengurus) apa yang diperlukan seseorang. Sedangkan pengertian pelayanan adalah usaha melayani kebutuhan orang lain. Pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi atau perorangan kepada konsumen, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki. Adapun karakteristik tentang pelayanan agar menjadi dasar bagaimana memberikan pelayanan yang terbaik, yaitu:

- 1) Pelayanan bersifat tidak dapat diraba, pelayanan sangat berlawanan sifatnya dengan barang jadi.
- 2) Pelayanan itu kenyataannya terdiri dari tindakan nyata dan merupakan pengaruh yang sifatnya adalah tindakan sosial.

Produksi dan konsumsi dari pelayanan tidak dapat dipisahkan secara nyata, karena pada umumnya kejadiannya terjadi di tempat yang sama (Rianto 2019).

2.2.2 Kualitas Pelayanan dalam Perspektif Islam

Dalam ekonomi konvensional, pilihan didasarkan atas selera pribadi masing-masing. Manusia boleh mempertimbangkan tuntunan agama, boleh juga mengabaikan. Sedangkan dalam ekonomi Islam, keputusan pilihan ini tidak dapat dilakukan semaunya saja, semua perilaku harus dipandu oleh Allah lewat Al-Qur'an dan Hadis. Fasilitas dalam Islam dan konvensional juga tidak mengalami perbedaan yang signifikan, perbedaannya hanya terletak pada proses penggunaannya yang mana ketika pelaku bisnis memberikan pelayanan dalam bentuk fisik hendaknya tidak

menonjolkan kemewahan. Sebagaimana dijelaskan dalam Al Qur'an surat At- Takaatsur ayat 1-5, yaitu:

أَلْهَىٰكُمْ أَتَّكَاثُرُ حَتَّىٰ زُرْتُمُ الْمَقَابِرَ كَلَّا سَوْفَ تَعْلَمُونَ ثُمَّ كَلَّا سَوْفَ تَعْلَمُونَ كَلَّا لَوْ تَعْلَمُونَ عَلَمَ آلِ يَقِينٍ

Artinya: (1)Bermegah-megahan telah melalaikan kamu (2)Sampai kamu masuk ke dalam kubur (3)Janganlah begitu, kelak kamu akan mengetahui (akibat perbuatanmu itu) (4)Dan janganlah begitu, kelak kamu akan Mengetahui (5)Janganlah begitu, jika kamu mengetahui dengan pengetahuan yang Yakin. (QS. At-Takaatsur: 1-5) (Al-Jumanatul, 2005).

Surat ini menggambarkan orang-orang yang tidak peduli menyembah Allah Namun, ibadah adalah tujuannya penciptaan manusia. Yang dimaksud di sini adalah beribadah kepada Allah semata dan meninggalkan ibadah kepada selain Allah, mengenal-Nya dan mendahulukan cinta Allah dari lainnya.

Fasilitas yang ditawarkan untuk menyediakan layanan tersebut adalah terlihat seperti semu tanpa kredibilitas (keandalan) dari pelaku bisnis. Keandalan layanan tercermin dalam keakuratannya dalam pemenuhan janji yang akurat dan dapat diandalkan. Allah menghimbau setiap anggota umatnya untuk selalu menepati janjinya ditentukan seperti yang dijelaskan dalam surah An-Nahl ayat 91, yaitu:

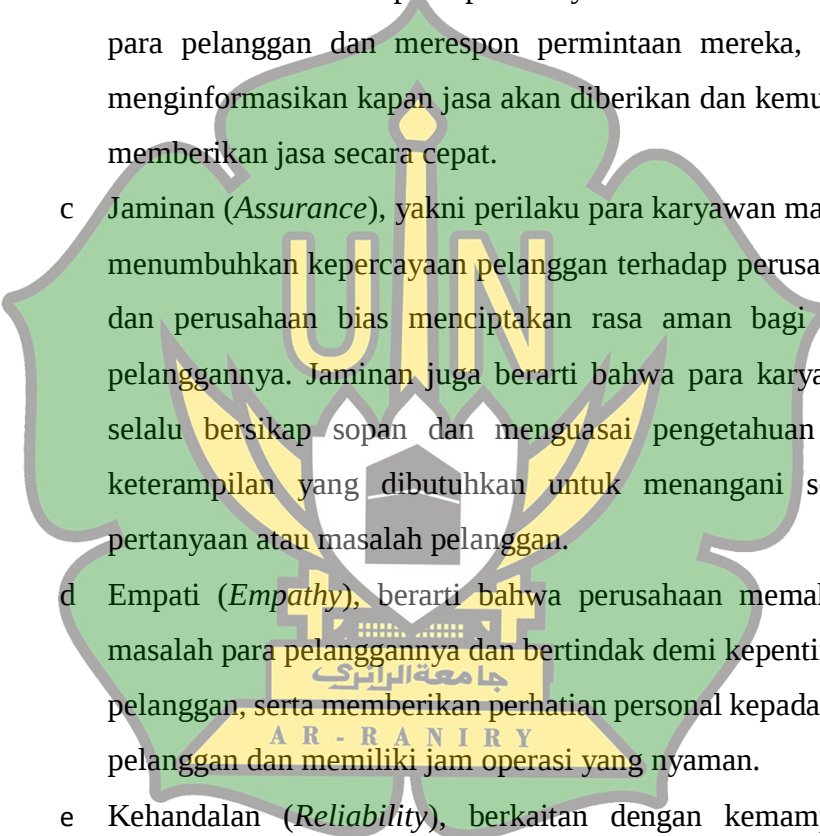
وَأَوْفُوا بِعَهْدِ اللَّهِ إِذَا عَاهَدْتُمْ ۖ وَلَا تَنْقُضُوا أَلْأَيْمَانَ مَن بَعَدَ تَوَكُّدَهَا
وَقَدْ جَعَلَهُ اللَّهُ عَلَيْكُمْ ۖ كَفِيلًا ۚ إِنَّ اللَّهَ يَعْلَمُ مَا تَفْعَلُونَ

Artinya: “Dan tepatilah perjanjian dengan Allah apabila kamu berjanji dan janganlah kamu membatalkan sumpah-sumpah(mu) itu, sesudah meneguhkannya, sedang kamu Telah menjadikan Allah sebagai saksimu (terhadap sumpahsumpahmu itu). Sesungguhnya Allah mengetahui apa yang kamu perbuat”. (QS. An-Nahl:91).

Ayat di atas menjelaskan bahwa setiap orang memiliki kewajiban menepati janji yang dibuat, begitu juga dengan pelaku bisnis, serta janji langsung dalam bentuk iklan, yang semuanya harus dipenuhi dan dapat diterima. Penawaran ketika promosi atau iklan yang tidak sesuai dengan kenyataan berarti mengingkari janji dan ini sudah mengandung unsur penipuan yang akan ada merugikan pelanggan. Pelanggan lebih setia kepada perusahaan selalu menepati janji seperti banyak perusahaan menawarkan promosi mewah, tetapi tidak sesuai dengan kenyataan. Memberikan pelayanan dengan cepat dan tepat menunjukkan pelaku bisnis yang profesional. (Suryani, 2019).

2.2.3 Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1999), terdapat lima dimensi utama yang disusun sesuai dengan urutan tingkat kepentingan relatifnya sebagai berikut:

- 
- a Bukti Fisik (*Tangibles*) Fasilitas fisik yang disediakan perusahaan. Berkenaan dengan daya fasilitas fisik, perlengkapan, dan material yang digunakan perusahaan.
- b Daya Tanggap (*Responsiveness*), berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat.
- c Jaminan (*Assurance*), yakni perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bias menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah pelanggan.
- d Empati (*Empathy*), berarti bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.
- e Keandalan (*Reliability*), berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati.

2.3 Religiusitas

2.3.1 Pengertian Religiusitas

Istilah religiusitas berasal dari kata dasar religion atau dalam bahasa Inggris yaitu agama berarti suatu sistem yang mengatur kepercayaan dan beriman kepada tuhan melalui pendekatan teori praktis (Anggara, Mahmudi dan Triningtyas, 2016). Menurut Parsudi Suparlan (Anggara, 2016), agama adalah seperangkat aturan yang mengatur hubungan antara manusia dan tuhan, manusia dan satu sama lain dan manusia dengan lingkungannya. Pada saat yang sama, religiusitas adalah gambaran dalam diri individu yang mendorongnya untuk berperilaku sesuai dengan ajaran agama yang diikutinya. Agama dan religiusitas adalah satu kesatuan saling mendukung dan tidak dapat dipisahkan.

Religiusitas menurut Muzakkiri (2013:371) adalah sikap keragaman orang atau kegiatan terkait agama religiusitas menurut ajaran Islam itu berwujud beberapa aspek penting, yaitu perspektif iman dalam ajaran agama (*akidah*), aspek ketaatan terhadap ajaran agama (*syariah* atau *ibadah*), aspek penghayatan ajaran agama (*ihsan*), aspek ilmu tentang ajaran agama (*sains*) dan aspek pelaksanaan ajaran agama dalam kehidupan bermasyarakat (*muamalah* yang dipandu *akhlaq al-karimah*).

Keberagaman adalah pengarahan manusia agar tingkah lakunya sesuai dengan perasaan tentang adanya hubungan antara jiwanya dan jiwa yang tersembunyi, yang diakui kekuasaannya atas

dirinya atas sekalian alam, dan dia rela merasa berhubungan seperti itu (Nikmah, 2013).

2.3.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Religiusitas

Thouless dalam jurnal Sayyidatul (2018), menyebutkan faktor-faktor yang mempengaruhi sikap keagamaan adalah sebagai berikut:

a. Pengaruh pendidikan atau pengajaran dan berbagai tekanan sosial Faktor ini mencakup semua pengaruh sosial dalam perkembangan keagamaan itu, termasuk pendidikan dari orangtua, tradisi-tradisi sosial untuk menyesuaikan diri dengan berbagai pendapat dan sikap yang disepakati oleh lingkungan itu.

b. Faktor Pengalaman Berkaitan dengan berbagai jenis pengalaman yang membentuk sikap keagamaan terutama pengalaman mengenai keindahan, konflik moral dan pengalaman emosional keagamaan. Faktor ini umumnya berupa pengalaman spiritual yang secara cepat dapat mempengaruhi perilaku individu.

c. Faktor kehidupan Menurut Maslow kebutuhan ini secara garis besar dapat dibedakan menjadi empat : a) kebutuhan akan keamanan dan keselamatan, b) kebutuhan akan cinta kasih c) kebutuhan untuk memperoleh harga diri d) kebutuhan yang timbul karena adanya ancaman kematian.

d. Faktor Intelektual Berkaitan dengan berbagai proses penalaran verbal atau rasionalisasi. Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa setiap individu memiliki tingkat religiusitas yang berbedabeda dan tingkat religiusitasnya bisa dipengaruhi dari

2 macam faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal yaitu pengalaman-pengalaman spiritual, kebutuhan akan keamanan dan keselamatan, kebutuhan akan cinta kasih, kebutuhan untuk memperoleh harga diri, dan kebutuhan yang timbul karena ancaman kematian. Sedangkan faktor eksternal yaitu pengaruh pendidikan dan pengajaran dan berbagai tekanan sosial dan faktor intelektualitas.

2.3.3 Dimensi Religiusitas

Menurut Glock dan Stark dalam jurnal Hasanah (2019) mengatakan bahwa agama memiliki lima dimensi yang membuat religiositas seseorang dapat diukur, yaitu:

1. Dimensi idiologi yaitu tingkatan sejauh mana seseorang menerima hal-hal yang domatik dalam agamanya.
2. Dimensi ritual yaitu tingkatan sejauh mana seseorang mengerjakan kewajiban-kewajiban ritual dalam agamanya.
3. Dimensi pengalaman yaitu perasaan atau pengalaman keagamaan yang pernah dialami atau dirasakan. Misalnya merasa dekat dengan Tuhan, merasa takut berbuat dosa atau merasa doa-doanya akan dikabulkan oleh Tuhan.
4. Dimensi konsekuensi yaitu dimensi yang mengukur sejauh mana perilaku seseorang dimotifasi oleh ajaran agamanya di dalam kehidupan sosial. Misalnya apakah dia mengunjungi tetangganya yang sedang sakit, menolong orang yang kesulitan dan mendermakan hartanya.

5. Dimensi intelektual yaitu seberapa jauh pengetahuan seseorang tentang ajaran agamanya, terutama yang ada dalam kitab suci.

2.3.4 Indikator Religiusitas

Menurut Glock dan Stark dalam Hasanah (2019: 488) mengatakan bahwa agama memiliki lima dimensi yang membuat religiusitas seseorang dapat diukur, yaitu :

1. Keyakinan atau ideologis

Dimensi ini berisi pengharapan-pengharapan dimana orang yang religius berpegang teguh pada pandangan teologis tertentu dan mengakui kebenaran doktrin tersebut. secara terminologi disamakan dengan keimanan, yang menunjukkan pada seberapa tingkat keyakinan seseorang terhadap kebenaran ajaran agamanya yang bersifat fundamentalis dan dogmatis. Dengan indikatornya antara lain :

- a) Percaya kepada Allah
- b) Pasrah pada Allah
- c) Percaya kepada Malaikat, Rosul dan Kitab suci.
- d) Melakukan sesuatu dengan Ikhlas
- e) Percaya akan takdir Tuhan

2. Praktik Ibadah atau ritualistik

Dimensi praktik ibadah adalah tingkatan sejauh mana seseorang mengerjakan kewajibankewajiban ritual dalam agamanya. Wujud dari dimensi ini adalah perilaku masyarakat pengikut agama tertentu dalam menjalankan ritus-ritus yang berkaitan dengan

agama. Dimensi praktek dalam agama Islam dapat dilakukan dengan menjalankan ibadah shalat, puasa, zakat, haji ataupun praktek muamalah lainnya. Dengan indikatornya antara lain :

- a. Selalu menjalankan sholat lima waktu dengan tertib
- b. Membaca Al-quran
- c. Melakukan puasa dan sholat sunnah sesuai ajaran rosul.
- d. Melakukan kegiatan keagamaan seperti mendengarkan ceramah agama, melakukan dakwah, kegiatan amal, bersedekah dan berperan dalam kegiatan keagamaan.

3. Pengalaman atau eksperinsial

Dimensi ini mengacu indentifikasi akibat-akibat keyakinan keagamaan, praktik, pengalaman, dan pengetahuan seseorang dari hari kehari yang menunjukan seberapa patuh tingkat ketaatan seorang muslim dalam mengerjakan kegiatan keagamaan yang dianjurkan dan pada agamanya. Dengan indikatornya antara lain:

- a. Sabar dalam menghadapi cobaan
- b. Perasaan selalu bersyukur kepada Allah
- c. Menganggap kegagalan yang dialami sebagai musibah yang ada hikmahnya (tawakkal)
- d. Takut ketika melanggar aturan dan merasakan tentang kehadiran Tuhan

4. Dimensi Penghayatan

Seberapa jauh tingkat seseorang dalam merasakan perasaan-perasaan dan pengalaman-pengalaman religius yang dialami. Salah satu contoh ialah terwujudnya perasaan dekat dengan

Allah, merasa takut dengan Allah, dan merasa doanya dikabulkan oleh Allah. Menurut konsep dari Muhammadiyah bahwasanya ihsan merujuk pada hadist Nabi ketika menjawab salah satu pertanyaan malaikat Jibril, “bahwa kamu menyembah Allah seakan-akan kamu melihatnya, jika kamu tak melihatnya maka sesungguhnya dia melihatmu” (HR. Muslim dari Umar Bin Khatab). Subtansi ihsan ialah kebaikan tertinggi yang lahir dari ruh beribadah kepada Allah dan tercermin dari perilaku utama setiap muslim yang mengamalkannya. Sedangkan menurut NU dari Imam Nawawi menuturkan bahwa bila seseorang didalam ibadahnya mampu melihat secara nyata Tuhannya maka sebisa mungkin ia tidak akan meninggalkan sedikitpun sikap khusyuk dan khudlu (menahan diri) didalam ibadahnya tersebut. (Nawawi, 2007)

5. Pengetahuan Agama atau Intelektual

Dimensi konsekuensi adalah dimensi yang mengukur sejauh mana perilaku seseorang dimotivasi oleh ajaran-ajaran agamanya dalam kehidupan sosial, misalnya apakah ia menolong orang yang kesulitan, mendermawankan hartanya, dan sebagainya. Dengan indikatornya antara lain:

- a. Perilaku suka menolong
- b. Berlaku jujur dan pemaaf
- c. Menjaga amanat
- d. bertanggung jawab atas segala perbuatan yang dilakukan dan menjaga kebersihan lingkungan.

2.4 Kepercayaan

2.4.1 Pengertian Kepercayaan

Rotter, seperti dikutip Priansa menjelaskan bahwa “kepercayaan adalah harapan seseorang individu atau kelompok ketika mereka mengatakan janji mereka, pernyataan lisan atau tulisan-tulisan seseorang atau kelompok lain tergabung rotter menguji kepercayaan umum orang terhadap orang lain untuk menentukan sifat kepercayaan dengan dua pendekatan yaitu demografi (kedudukan keluarga, status sosial ekonomi, agama, dll) dan sosiometrik (ketergantungan pada orang lain, percaya diri, humor, popularitas, dll). (Priansa,2017).

Menurut Rousseau, dkk dalam Donni (2017), kepercayaan adalah wilayah psikologis yang merupakan perhatian untuk menerima apa adanya berdasarkan harapan terhadap perilaku yang baik dari orang lain. Dalam penelitian lain menyatakan bahwa kepercayaan adalah semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat oleh konsumen tentang objek, atribut dan manfaatnya (Mowen dan Minor dalam Donni (2017). Kepercayaan merupakan penilaian hubungan seseorang dengan orang lain yang akan melakukan transaksi tertentu sesuai dengan harapan dalam sebuah lingkungan yang penuh dengan ketidakpastian (Pavlo dalam Donni (2017).

Kepercayaan pelanggan adalah pengetahuan pelanggan mengenai objek, sifat dan kegunaannya. Jadi berdasarkan konsep ini pengetahuan pelanggan sangat relevan dengan pembahasan sikap

karena pengetahuan pelanggan adalah kepercayaan pelanggan. Kepercayaan pelanggan atau pengetahuan pelanggan tentang keyakinan bahwa produk tersebut memiliki fungsi dan manfaat yang berbeda dari fungsi yang berbeda tersebut. (Sumarwan,2011).

Kepercayaan pelanggan adalah sejumlah keyakinan tertentu terhadap kejujuran dan kemampuan pihak yang dipercaya menepati janji (*integrity*), perhatian dan motivasi yang dipercaya untuk bertindak sesuai kepentingan yang dipercayai mereka (*benevolence*) kemampuan pihak yang dipercaya untuk melaksanakan kebutuhan yang mempercayai (*competency*) dan konsistensi perilaku pihak yang amanat (*predictability*). (Handoko,2018).

Menurut Donni (2017), menyatakan bahwa kepercayaan dibangun atas sejumlah karakteristik. Karakteristik yang berkenaan dengan kepercayaan yaitu: 1). Menjaga hubungan konsumen, 2). Menerima pengaruh konsumen, 3). Terbuka dalam komunikasi konsumen, 4). Mengurangi pengawasan konsumen, 5). Kesabaran konsumen, 6). Memberikan pembelaan konsumen, 7). Memberi informasi yang positif konsumen, 8). Menerima risiko konsumen, 9). Kenyamanan konsumen, 10). Kepuasan konsumen.

Berdasarkan uraian di atas, dapat dipahami bahwa kepercayaan nasabah adalah suatu keyakinan dari seorang nasabah bahwa orang yang dipercayainya / bank yang dipercayai tersebut akan memenuhi segala kewajibannya secara baik sesuai yang diharapkan dan diperoleh dalam pelayanan.

2.4.2 Indikator Kepercayaan

Menurut Fandy (2011), indikator kepercayaan pelanggan antara lain adalah sebagai berikut:

1. *Brand Reliability*, meliputi jasa yang sesuai dengan harapan, kepercayaan pada produk dan jaminan kepuasan.
2. *Brand intentions*, kejujuran dalam menyelesaikan masalah, konsumen yang mengandalkan produk yang digunakan dan jaminan ganti rugi dari pihak perusahaan.

Menurut Flavian dan Giunaliu kepercayaan terbentuk dari tiga hal yaitu: (Randi, Mery, dan Jodmiko, 2020)

1. Kejujuran (*honesty*) adalah percaya pada kata-kata orang lain, percaya bahwa mereka akan menepati janjinya dan bersikap tulus pada kita.
2. Kebajikan (*benevolence*) tindakan yang mendahulukan kepentingan umum dari pada kepentingan pribadi.
3. Kompetensi (*competence*) adalah persepsi atas pengetahuan, kemampuan untuk menyelesaikan masalah, dan kemampuan untuk memenuhi kebutuhan pihak lain yang dimiliki suatu pihak.

2.4.3 Kepercayaan dalam Persepektif Islam

Dalam Islam, hubungan antara kejujuran dan keberhasilan kegiatan ekonomi menunjukkan hal yang positif. Setiap bisnis yang didasarkan pada kejujuran akan mendapatkan kepercayaan pihak lain. Kepercayaan ini akan menambahkan nilai transaksi kegiatan bisnis dan pada akhirnya meningkatkan keuntungan. (Ismanto, 2009)

Dalam kepercayaan terdapat dimensi kehandalan. Dimensi kehandalan yang berkenaan dengan kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan secara terpecahya dan akurat. Pelayanan akan dapat dikatakan *Reliability* apabila dalam perjanjian yang telah diungkapkan dicapai secara akurat. Ketepatan dan keakuratan inilah yang akan menumbuhkan kepercayaan konsumen terhadap lembaga penyedia layanan jasa. Dalam konteks ini, Allah juga menghendaki setiap umatnya untuk menepati janji yang telah dibuat dan dinyatakan (Ridwan, 2018) sebagaimana yang dinyatakan dalam Al-Quran surat An-Nahl ayat 91:

وَأَوْفُوا بِعَهْدِ اللَّهِ إِذَا عَاهَدْتُمْ ۖ وَلَا تَنْقُضُوا أَلْفَافًا مِّن بَعْدِ تَوْكِيدِهَا
وَقَدْ جَعَلْنَاكُمْ عَلَىٰ كَفِيلًا ۚ إِنَّ اللَّهَ يَعْلَمُ مَا تَفْعَلُونَ

Artinya :dan tepatilah perjanjian dengan Allah apabila kamu berjanji dan janganlah kamu membatalkan sumpah-sumpah(mu) itu, sesudah meneguhkannya, sedang kamu telah menjadikan Allah sebagai saksimu (terhadap sumpah-sumpahmu itu). Sesungguhnya Allah mengetahui apa yang kamu perbuat (Q.S. An-Nahl:91).

2.5 Kepuasan Nasabah

2.5.1 Pengertian Kepuasan Nasabah

Secara umum, kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. (Kotler dan Keller, 2019).

Salah satu tujuan utama perusahaan khususnya bank adalah menciptakan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan sebagai hasil penilaian pelanggan terhadap apa yang diharapkannya dengan membeli dan mengkonsumsi suatu produk /jasa. Jika keinginan yang diterima lebih besar (minimal sama) daripada harapannya, maka pelanggan puas, sebaliknya jika kinerja yang diberikan dari pemakaian produk/jasa tersebut lebih kecil daripada apa yang diharapkannya maka pelanggan tidak puas. Kotler ahli keagamaan mengatakan bahwa kepuasan merupakan tingkat perasaan di mana seseorang menyatakan hasil perbandingan antara hasil kerja produk/jasa yang diterima dengan apa yang diharapkan. Sedangkan menurut Engel bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan. (Al Arif, 2020).

2.5.2 Indikator Kepuasan Nasabah

Menurut Tjiptono (2021) ada tiga konsep inti kesamaan diantara beragamnya cara mengukur kepuasan konsumen, yaitu:

- 1) Konfirmasi harapan (*confirmation of expectations*)
Konfirmasi harapan yaitu kesesuaian atau ketidaksesuaian antara harapan konsumen dengan kinerja aktual produk perusahaan. Dalam hal ini akan lebih ditekankan pada service quality yang memiliki komponen berupa harapan konsumen akan pelayanan yang diberikan (seperti :atmosfer tempat, kecepatan pelayanan,

keramahan/kesopanan pengelola dan karyawan, dan sifat pertemanan dari karyawan).

2) Minat pembelian ulang Kepuasan konsumen diukur secara behavioral dengan jalan menanyakan apakah konsumen akan berbelanja menggunakan jasa perusahaan lagi. Pelayanan yang berkualitas dapat menciptakan kepuasan konsumen dimana mutu pelayanan tersebut akan masuk kebenak konsumen sehingga dipersepsikan baik.

3) Ketidakpuasan konsumen (*customer dissatisfaction*) Yaitu menelaah aspek-aspek yang digunakan untuk mengetahui ketidakpuasan pelanggan, meliputi : komplain, pengembalian produk (*retur*), biaya garansi, recall, dan defections.

4) Kesiediaan untuk merekomendasi (*Willingness to Recommend*) Dalam kasus produk yang pembelian ulangnya relatif lama atau bahkan hanya terjadi satu kali pembelian (seperti pembelian mobil, broker rumah, asuransi jiwa, tur keliling dunia, dan sebagainya), kesiediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk kepada teman atau keluarganya menjadi ukuran yang penting untuk dianalisis dan ditindaklanjuti.

2.6 Penelitian Terkait

Penelitian ini mengacu pada model penelitian kualitas pelayanan yang pernah dilakukan penelitian sebelumnya. Terkait dengan penelitian tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah, peneliti menggunakan acuan beberapa peneliti sebagai berikut:

Tabel 2.1 Penelitian Terkait

No.	Penulis/ Tahun/ Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
1.	Risa Friska Audina (2020) Pengaruh Religiusitas Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Syariah Mandiri Tbk Cabang Pembantu Pangkalan Berandan.	Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif.	Berpengaruh signifikan variabel religiusitas terhadap loyalitas bersifat positif.	Persamaan: penelitian ini sama- sama membahas tentang kepuasan nasabah Perbedaan: di penelitian ini hanya memiliki satu variabel X yaitu Religiusitas.
2.	Muhammad Raziq Aulia, Hafsanuddin (2021) Pengaruh Kualitas layanan, Kepuasan dan Religiusitas Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Banda Aceh.	Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif.	Menunjukan bahwa dari variabel kualitas layanan, kepuasan, religiusitas memiliki pengaruh yang signifikan pada loyalitas nasabah secara simultan.	Persamaan: persamaan pada penelitian ini memiliki variabel yang sama yaitu kualitas layanan, religiusitas Perbedaan: perbedaan terletak pada variabel Y, yang mana dipenelitian ini membahas tentang Loyalitas nasabah.
3.	Prastyono Putro Pangarso (2018) Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Religiusitas terhadap	Penelitian ini menggunakan penelitian bersifat kuantitatif.	Penelitian ini menunjukan pengaruh kualitas pelayanan dan religiusitas memiliki pengaruh yang positif terhadap	Persamaan: penelitian ini sama- sama membahas tentang kualitas pelayanan dan religiusitas. Perbedaan: perbedaan pada penelitian ini

	Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) di Yogyakarta		kepuasan dan loyalitas nasabah koperasi simpan pinjam syariah (KSPPS)	memiliki variabel Y yang berbeda, yang dimana di penelitian ini dibahas kepuasan dan loyalitas nasabah.
4.	Adi Trimalasi (2020) Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kinerja Terhadap Kepuasan Nasabah di PT Bank Pmbangunan Daerah Sembilan Jambi Cabang Kerinci Program Studi Perbankan STIA Nusantara Sakti Sungai Penuh.	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif.	Dalam hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan dan kinerja pegawai terhadap kepuasan nasabah.	Persamaan: memiliki variabel yang sama sama membahas tentang kualitas pelayanan. Perbedaan: penelitian ini meneliti bukan pada bank syariah
5.	Muhammad Nurhuala Huddin (2019) Analisis Faktor Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Dimendiasi Kepuasan	Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dimensi kualitas layanan untuk layanan perbankan memiliki pengaruh besar pada layanan BRI Syariah	Persamaan: penelitian ini sama-sama meneliti di bank yang berbasis syariah. Perbedaan: perbedaan terletak pada kepercayaan nasabah di penelitian ini variabel

	Nasabah Pada Nasabah BRI Syariah Universitas Serang Raya, Serang, Banten.		dan memiliki efek positif yang signifikan terhadap kepercayaan pelanggan.	kepercayaan adalah variabel Y
--	---	--	---	-------------------------------

Data: diolah oleh peneliti 2023

Dalam penelitian terkait yang berjudul Pengaruh Religiusitas Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Syariah Mandiri Tbk Cabang Pembantu Pangkalan Berandan yang ditulis oleh Risa (2020) menjelaskan bahwa dalam penulisan skripsi tersebut terdapat pengaruh signifikan antara religiusitas terhadap loyakutas nasabah Bank Mandiri Syariah Tbk Cabang Pembantu Pangkalan Berandan. Pada penelitian ini persamaan dala penelitian terdapat pada variabel yang membahas tentang kepuasan nasabah, namun penelitian ini hanya memiliki satu variabel X yaitu Religiusitas.

Dalam penelitian terkait yang berjudul Pengaruh Kualitas layanan, Kepuasan dan Religiusitas Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Banda Aceh yang ditulis oleh Raziq, Hafsanuddin (2021) hasil penelitian menunjukan bahwa kualitas layanan, kepuasan, religiusitas dan loyalitas nasabah BSM cabang Banda Aceh sudah baik. Hal tersebut dikarenakan fasilitas dan teknologi yang ada di BSM sudah memadai, pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan nasabah, sistem bagi hasil yang ditawarkan oleh BSM sudah adil dan tidak merugikan nasabah serta nasabah sangat patuh terhadap ajaran agama islam dan yakin hukum riba adalah haram. Persamaan pada penelitian ini memiliki variable

yang sama, namun memiliki perbedaan pada variable Y, yang dimana dipenelitian ini membahas tentang loyalitas nasabah.

Dalam penelitian terkait yang berjudul Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Religiusitas terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) di Yogyakarta yang ditulis oleh Prastyono (2020) maka dapat ditarik kesimpulan Kepuasan Nasabah berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah. Artinya apabila Kepuasan Nasabah mengalami peningkatan, maka peningkatan juga akan terjadi pada Loyalitas Nasabah. Persamaan antara 2 penelitian ini terdapat pada pembahasan tentang kualitas pelayanan dan religiusitas, namun memiliki perbedaan pada variabel Y yang dimana penelitian ini membahas loyalitas nasabah.

Dalam penelitian Adi (2020) yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kinerja Terhadap Kepuasan Nasabah di PT Bank Pembangunan Daerah Sembilan Jambi Cabang Kerinci Program Studi Perbankan STIA Nusantara Sakti Sungai Penuh dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dan kinerja pegawai terhadap kepuasan nasabah. Persamaan dalam dua penelitian ini ialah sama sama memiliki variabel yang sama membahas tentang kualitas pelayanan, dan memiliki perbedaan pada penelitian ini bukan pada bank syariah.

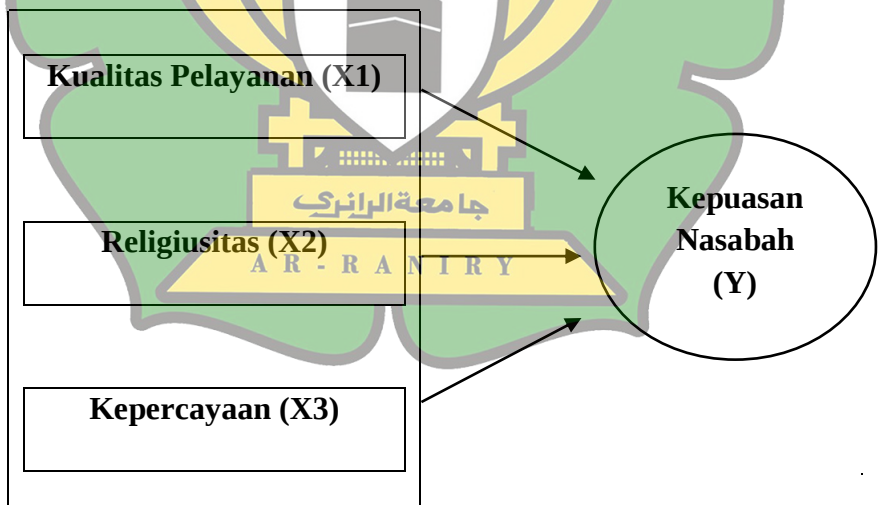
Dalam penelitian Muhammad Nurhula Huddin (2019) Analisis Faktor Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Dimendiasi Kepuasan Nasabah Pada Nasabah BRI

Syariah Univesitas Serang Raya, Serang, Banten. Dapat disimpulkan Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dimensi kualitas layanan untuk layanan perbankan memiliki pengaruh besar pada layanan BRI Syariah dan memiliki efek positif yang signifikan terhadap kepercayaan pelanggan. Pada kedua penelitian ini memiliki persamaan yang dimana sama sama meneliti di bank yang berbasis syariah. Dan memiliki perbedaan pada kepercayaan nasabah di penelitian ini variabel kepercayaan adalah variabel Y.

2.7 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran pada penelitian ini sebagai berikut:

Gambar 2.1 Kerangka Pemikir



2.8 Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah pernyataan yang belum terbukti atau proposisi tentang factor atau fenomena yang menarik bagi peneliti. Hipotesis juga dinyatakan sebagai jawaban untuk peneliti. Sebuah hipotesis yang berguna adalah pernyataan yang diprediksi dan termasuk pada penjelasan prediksi (Malhotra,2009:78).

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap masalah penelitian, dimana rumusan penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan (Sugiyono,2014:64). Berikut ini merupakan hipotesis yang akan di uji dalam penelitian ini:

2.8.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah

Kualitas pelayanan merupakan faktor utama penentu kepuasan bagi industri penyedia jasa. Pelayanan yang sesuai atau melebihi ekspektasi pelanggan (nasabah) akan memberikan kepuasan, sehingga kemungkinan akan terjadi pengulangan penggunaan jasa tersebut semakin besar.

Penelitian terdahulu tentang pengaruh Kualitas layanan, Kepuasan dan Religiusitas terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Banda Aceh. (Muhammad Raziq Aulia, Hafsanuddin(2021). Prastyono Putro Pangarso (2018) Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Religiusitas terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) di Yogyakarta.Adi Trimalasi (2020) Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kinerja Terhadap Kepuasan Nasabah di PT

Bank Pembangunan Daerah Sembilan Jambi Cabang Kerinci
Program Studi Perbankan STIA Nusantara Sakti Sungai
Penuh. Muhammad Nurhula Huddin (2019) Analisis Faktor
Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Dimediasi
Kepuasan Nasabah Pada Nasabah BRI Syariah Universitas Serang
Raya, Serang, Banten. Mereka semua mengemukakan bahwa
terdapat pengaruh positif antara kualitas pelayanan terhadap
kepuasan nasabah.

Sehubungan dengan penelitian tersebut, maka dikemukakan
hipotesis:

**H1: Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap
kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Pangkalan
Berandan.**

2.8.2 Pengaruh Religiusitas Terhadap Kepuasan Nasabah

Religiusitas dipandang sebagai salah satu faktor dalam
memberikan kepuasan kepada nasabah. Terkait dengan prinsip-
prinsip kehidupan beragama yang dianut, nasabah seringkali
mengaitkan pilihanpilihan dalam menentukan jenis produk dan
layanan yang akan mereka gunakan. Ketaatan dalam beragama
sangat berpengaruh dalam proses penentuan pilihan ini, sehingga
produk atau layanan yang sesuai dengan prinsipnya saja yang akan
dipilih untuk digunakan.

Prinsip religiusitas ini akan mengikat nasabah seiring dengan
keyakinan mereka, sehingga kepuasan akan nilai-nilai religiusitas
(syariah) diharapkan akan mampu mengikat kesetiaan nasabah untuk

tetap menggunakan Bank Syariah Indonesia KCP Pangkalan Berandan.

Penelitian terdahulu tentang Pengaruh Persepsi Religiusitas, Kualitas Layanan, dan Inovasi Produk Terhadap Kepercayaan dan Komitmen serta Loyalitas Nasabah Bank Umum Syariah di Surabaya oleh (Fatmah, 2005) dan Khan (2015) dalam penelitiannya tentang Pengaruh Religiusitas dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah di Surabaya Dengan Antecedent Kualitas Layanan. Keduanya sepakat bahwa religiusitas berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah bank syariah di Surabaya.

Maka sehubungan dengan penelitian tersebut, dikemukakan hipotesis:

H2: Religiusitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Pangkalan Berandan.

2.8.3 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Erviana (2013) diperoleh hasil bahwa kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan melihat besarnya pengaruh kedua variabel independen terhadap variabel dependen, dan bisa dikatakan terciptanya kepuasan pelanggan adalah karena layanan yang diberikan dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan. Penelitian ini didukung dengan hasil penelitian Guspul (2014) dan Adhi (2012), menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan

pelanggan. Sehingga diperoleh hipotesis dalam penelitian ini adalah :

H3 : Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Pangkalan Berandan.

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Religiusitas, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Pangkalan Berandan.

Penelitian terdahulu yang menunjukkan hubungan antara kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah adalah penelitian yang dilakukan oleh Khan (2014) menunjukkan *service quality, tangibles, reliability* dan *empathy* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction*. Hal yang sama juga diperoleh dari penelitian Hidayat(2015) yang menunjukkan bahwa *service quality* dan *customer trust* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* serta penelitian yang dilakukan oleh Karim (2016) yang menunjukkan bahwa *service quality* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction*.

Penelitian terdahulu tentang Pengaruh Persepsi Religiusitas, Kualitas Layanan, dan Inovasi Produk Terhadap Kepercayaan dan Komitmen serta Loyalitas Nasabah Bank Umum Syariah di Surabaya oleh (Fatmah, 2005) dan Khan (2015) dalam penelitiannya tentang Pengaruh Religiusitas dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah di Surabaya Dengan Antecedent Kualitas

Layanan. Keduanya sepakat bahwa religiusitas berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah bank syariah di Surabaya.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Erviana (2013) diperoleh hasil bahwa kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan melihat besarnya pengaruh kedua variabel independen terhadap variabel dependen, dan bisa dikatakan terciptanya kepuasan pelanggan adalah karena layanan yang diberikan dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan. Penelitian ini didukung dengan hasil penelitian Guspul (2014) dan Adhi (2012), menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Maka sehubungan dengan penelitian tersebut, dikemukakan hipotesis:

H4. Kualitas Pelayanan, Religiusitas, dan Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Pangkalan Berandan

AR - RANIRY

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif, dimana jenis kuantitatif merupakan penelitian yang berbentuk angka untuk menguji suatu hipotesis. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang lebih banyak menggunakan logika, hipotesis verifikasi yang dimulai dengan berfikir deduktif untuk menurunkan hipotesis, kemudian melakukan pengujian dilapangan dan hipotesis tersebut ditarik berdasarkan data empiris. Oleh karena itu menekankan pada indeks-indeks dan pengukuran empiris. (Ahmad, 2011).

3.2 Populasi & Sampel

3.2.1 Populasi

Yang dimaksud dengan populasi adalah sekumpulan objek atau individu yang menjadi pusat kajian. (Harinaldi, 2005) Ditinjau dari jumlah populasinya, populasi terbagi menjadi dua yaitu populasi yang mempunyai anggota terbatas (*finite population*) dan populasi yang mempunyai anggota tidak terbatas (*infinite population*). *Finite population* memiliki sumber data yang jelas batas-batasnya secara kuantitatif, mempunyai elemen atau anggota yang dapat dihitung atau dapat diketahui berapa jumlahnya. Sedangkan *Infinite population* mempunyai sumber data yang tidak dapat ditentukan batas-batasnya secara kuantitatif, mempunyai anggota yang tidak dapat diketahui berapa banyak anggotanya. (Indra, 2019).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Pangkalan Berandan yang berjumlah 33.107 jiwa.

3.2.2 Sampel

Sampel adalah sebagian dari unsur atau elemen atau unit pengamatan dari populasi yang sedang dipelajari tersebut. (Abuzar Asra, 2015, hal. 70)

Adapun teknik sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *Non Probability Sampling* (tidak semua populasi memiliki peluang yang sama untuk dijadikan sampel), dengan metode *Purposive Sampling* yaitu teknik pengambilan sampelnya dengan pertimbangan tertentu. (Purwanto, 2010, hal. 34)

Dengan teknik tersebut setiap responden dalam penelitian ini dipilih melalui *screening question* yaitu diseleksi apakah responden telah memenuhi kriteria yang ditetapkan sebagai sampel.

Pada penelitian ini jumlah populasi tidak diketahui, oleh sebab itu untuk menentukan jumlah sampel dari populasi di atas dapat digunakan rumus yang dikemukakan oleh Rao Purba:

$$n = \frac{Z^2}{4(moe)^2}$$

n = Jumlah Sampel

Z = Tingkat distribusi normal pada taraf signifikan 5% (1,96)

Moe = *Margin of error* atau kesalahan maksimum yang bisa ditoleransi biasanya 10%.

$$n = \frac{1,96^2}{4(0,1)^2}$$

$$n = 96,04 (100)$$

Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan rumus di atas, di dapatlah sampel sebanyak 100 orang.

3.3 Sumber Data

Sumber data dalam penelitian adalah subyek dari mana data dapat diperoleh. (Arikunto, 2019).

a. Data Primer

Data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian yang berupa tanggapan, saran, dan penilaian dari konsumen Bank Syariah Indonesia KCP Pangkalan Brandan sebagai responden (dengan menyebar kuesioner) serta keterangan hasil pengamatan langsung.

3.4 Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di PT. Bank Syariah Indonesia KCP Pangkalan Brandan yang berada di Jln. Thamrin No. 57, Pangkalan Brandan, Pelawi Utara, Kec. Babalan, Kabupaten

Langkat, Sumatera Utara 20811. Lokasi yang strategis ditengah kota menjadi Bank Syariah Indonesia Kcp Pangkalan Berandan menjadi daya saing dengan bank lainnya seperti Bank Rakyat Indonesia dan Bank Negara Indonesia.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan satu teknik pengumpulan data yaitu :

1. Kuesioner

Dalam penelitian, kuisisioner merupakan sesuatu yang sangat familiar dan banyak digunakan. Kuisisioner sendiri adalah usaha yang dilakukan peneliti untuk mendapatkan data dengan cara menuliskan sejumlah pertanyaan untuk dijawab secara tertulis pula oleh responden. Responden yang dipilih merupakan responden yang berkaitan dengan objek penelitian dan orang yang memberikan jawaban atas pertanyaan yang dituliskan di angket. Responden yang di pilih untuk mrnjawab pertanyaan harus bersikap kooperatif. Skala yang digunakan dalam membuat angket adalah Skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepepsi seseorang atau sekelompok orang tentenag fenomena sosial. Maka untuk mengukur nilai pada subjek dikategorikan ke dalam 5 poin skala. Untuk itu skor yang dapat diberikan adalah sebagai berikut :

Sangat Puas (SS) : 5

Setuju (S) : 4

Ragu-Ragu (RG) : 3

Tidak Setuju (TS) : 2

Sangat Tidak Setuju (STS) : 1

3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas

3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas ini dilakukan untuk mengukur apakah data yang telah didapat setelah penelitian merupakan data yang valid dari alat ukur yang digunakan kuesioner. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui valid atau tidaknya sebuah kuesioner.

Uji validitas ini dilakukan dengan cara mengorelasikan masing masing skor item dengan skor total. Skor total adalah penjumlahan dari keseluruhan item. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r table untuk mencari *degree of freedom* (df) $n - 2$ dengan α 0,05. Jika r hitung lebih besar r table dan nilai r positif maka butir pernyataan tersebut dikatakan valid.

Dasar yang digunakan dalam pengambilan keputusan adalah:

1. Jika r hitung $> r$ table maka butir pernyataan atau variabel tersebut valid
2. Jika r hitung $< r$ table maka butir pernyataan atau variabel tersebut tidak valid.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat yang digunakan untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari variable. Suatu kuesioner dikatakan reliable jika jawaban yang diberikan oleh responden selalu konsisten dari waktu ke waktu. Reliabilitas pada penelitian ini

menggunakan metode *Cronbach alpha*. Pengujian reliabilitas dengan menggunakan uji statistik *Cronboach alpha* (α).

Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronboach alpha* $> 0,60$ atau 60%. (Latan, 2013).

3.7 Defenisi dan Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2013), definisi operasional variable adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Adapun variable beserta operasionalnya dijelaskan dalam tabel sebagai berikut :

Tabel 3.1
Defenisi Operasional

No	Variabel Penelitian	Defenisi Variabel	Indikator	Skala
1.	Kepuasan Nasabah (Y)	Persepsi konsumen atas harapannya telah terpenuhi dari penyedia jasa.	1.Konfirmasi harapan (<i>confirmation of expectations</i>) 2.Minat pembelian ulang Kepuasan konsumen. 3. Ketidakpuasan konsumen (<i>custumer dissatisfaction</i> Tjiptono (2021))	Likert
2.	Kualitas Pelayanan (X1)	Layanan yang cepat, menyenangkan, tidak mengandung kesalahan, mengikuti proses dan prosedur yang telah ditetapkan lebih dahulu.	1.Kehandalan (<i>Reliability</i>) 2. Daya tanggap (<i>Responsiveness</i>) 3.Jaminan (<i>Assurance</i>).	Likert

No	Variabel Penelitian	Defenisi Variabel	Indikator	Skala
			4. Empati (<i>Empathy</i>). 5. Bukti fisik (<i>Tangibles</i>). Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1999)	
3.	Religiusitas (X2)	Sikap keagamaan orang atau kegiatan terkait agama religiusitas menurut Islam itu berwujud beberapa aspek penting.	1. Pengetahuan Keimanan dan Ibadah. 2. Sikap terhadap Keimanan dan Ibadah 3. Pengalaman Keimanan dan Ibadah 4. Perilaku Islam terhadap diri sendiri. 5. Perilaku Islam terhadap sesama manusia. (Aisyah, 2014)	Likert
4.	Kepercayaan (X3)	Kepercayaan adalah harapan seseorang individu atau kelompok ketika mereka mengatakan janji mereka, pernyataan lisan atau tulisan-tulisan seseorang atau kelompok lain tergabung rotter menguji kepercayaan umum orang terhadap orang lain untuk menentukan sifat kepercayaan dengan dua pendekatan yaitu demografi (kedudukan keluarga, status sosial	1. <i>Brand Reliability</i> 2. <i>Brand Intentions</i> 3. Kejujuran (<i>honesty</i>) 4. Kebajikan (<i>benevolence</i>) 5. Kompetensi (<i>compotence</i>). (Randi, Mery, dan Jodmiko, 2020)	Likert

No	Variabel Penelitian	Defenisi Variabel	Indikator	Skala
		ekonomi, agama, dll) dan sosiometrik (ketergantungan pada orang lain, percaya diri, humor, popularitas, dll).		

Data: diolah oleh peneliti 2023

3.8 Teknik Analisis Data

3.8.1 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah variabel bebas dan variabel terikat mempunyai distribusi normal. Maksud data distribusi normal adalah data akan mengikuti arah garis diagonal dan menyebar disekitar garis diagonal. Uji normalitas dimaksudkan untuk menguji apakah nilai residual yang telah distandarisasi pada model regresi berdistribusi normal atau tidak. (Suliyanto, 2011).

b. Uji Multikolinieritas

Multikolinearitas adalah hubungan liniear antar variabel bebas dan variabel independent di dalam regresi berganda. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. (Agus Widarjono, 2010) Yaitu munculnya peluang diantara beberapa variabel bebas untuk saling berkorelasi, pada praktiknya multikolinieritas tidak dapat dihindari. Mengukur multikolinieritas dapat dilihat dari nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Hipotesis yang digunakan dalam pengujian multikolinieritas adalah:

- 1) H_0 : $VIF > 10$, terdapat multikolinieritas
- 2) H_1 : $VIF < 10$, tidak terdapat multikolinieritas. (Ghozali, 2013).

c. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas yaitu kondisi dimana semua residual atau error mempunyai varian yang tidak konstan atau berubah-ubah. Pengujian heteroskedastisitas pada penelitian ini menggunakan metode Analisis Grafik. Metode analisis grafik dilakukan dengan mengamati *scatterplot* di mana sumbu horizontal menggambarkan *Predicted Standardized* sedangkan sumbu vertikal menggambarkan nilai *Residual Studentize*.

Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji ini adalah sebagai berikut:

- 1) Jika plot menyebar secara acak diatas maupun dibawah angka nol pada sumbu *Regression Studentized Residual* maka tidak terdapat masalah heteroskedastisitas.
- 2) Jika plot membentuk pola tertentu maka terdapat masalah heteroskedastisitas.

3.9 Uji Regresi Linier Berganda

Analisi regresi adalah teknik statistika yang berguna untuk memeriksa dan memodelkan hubungan diantara variabel-variabel. Regresi berganda sering kali digunakan untuk mengatasi permasalahan analisi regresi yang mengakibatkan hubungan dari dua atau lebih variabel bebas. Model persamaan regresi linier berganda sebagai berikut: (Sugiyono,2016)

$$Y' = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n \quad (8)$$

Y' = nilai pengaruh yang diprediksikan

a = konstanta atau bilangan harga

$X = 0$ b = koefisien regresi

X = nilai variable dependen

Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Corporate Social Responsibility, Service Quality dan Marketing Mix, Sedangkan variabel terikatnya adalah Corporate Image. Metode analisis ini menggunakan program SPSS (Statistic Product and Service Solution). Adapun bentuk persamaannya yaitu :

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

Y = Koefisien Corporate Image

a = Konstanta

b_1 = Koefisien Corporate Social Responsibility

b_2 = Koefisien Service Quality

b_3 = Koefisien Marketing Mix

X_1 = Variabel Corporate Social Responsibility

X_2 = Variabel Service Quality

X_3 = Variabel Marketing Mix

e = Standart Error

Untuk menilai ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual dapat diukur dari nilai statistik T, nilai statistik F dan nilai koefisien determinasi. (Wiratna,2015).

3.10 Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Sujarweni (2015:164) Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui prosentasi perubahan variabel tidak bebas (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X). Jika R^2 semakin besar, maka presentase perubahan variabel tidak bebas (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X) semakin tinggi. Jika R^2 semakin kecil, maka, presentase perubahan variabel tidak bebas (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X) semakin rendah.

3.11 Pengujian Hipotesis

Metode pengujian hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh masing-masing variabel independen secara individual (parsial) terhadap variabel dependen yang diuji pada tingkat signifikansi 0.05 maka variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. (Imam Ghozali, 2013). Nilai t hitung digunakan untuk menguji pengaruh secara parsial (per variabel) terhadap terikatnya. Apakah variabel tersebut memiliki pengaruh yang berarti terhadap variabel terikatnya atau tidak. (Suliyanto, 2011).

b. Uji f

Menurut (Algifari, 2009:189) pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel independen mempunyai pengaruh yang sama terhadap variabel dependen. Pengujian yang dilakukan adalah dengan menggunakan uji distribusi F. Yaitu

dengan membandingkan antara nilai kritis F (F tabel) dengan nilai F hitung (Rasio F) yang terdapat pada tabel analysis of variance (ANOVA) dari hasil perhitungan. Menurut (Sugiyono, 2005:266) uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh secara bersama-sama variabel independen terhadap variabel dependen. Untuk pengujian-pengujian variabel independen secara bersamaandigunakan statistik Uji F (F-test) dilakukan untuk melakukan apakah model pengujian hipotesis yang dilakukan tepat.

Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah variabel secara bersamaan berpengaruh terhadap variabel dependen. Analisis uji F ini dilakukan dengan membandingkan F hitung dengan F tabel dengan tingkat kepercayaan alpha yang ditentukan adalah 10% membandingkan F hitung dengan F tabel yaitu apabila F hitung > F tabel atau p value < α , maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Berarti bahwa variabel independen secara bersamaan mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen. Sebaliknya, apabila F hitung < F tabel atau P value > α , maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Hasilnya tidak signifikan yang berarti bahwa variabel independen tidak mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum PT. Bank Syariah Indonesia (BSI)

4.1.1 Sejarah PT Bank Syariah Indonesia (BSI)

PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI) yang secara resmi lahir pada 1 Februari 2021 atau 19 Jumadil Akhir 1442 H. Presiden Joko Widodo secara langsung meresmikan bank syariah terbesar di Indonesia tersebut di Istana Negara. BSI merupakan bank hasil merger antara PT Bank BRI syariah Tbk, PT Bank Syariah Mandiri dan PT Bank BNI Syariah. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) secara resmi mengeluarkan izin merger tiga usaha bank syariah tersebut pada 27 Januari 2021 melalui surat Nomor SR-3/PB.1/2021. Selanjutnya, pada 1 Februari, Presiden Joko Widodo meresmikan kehadiran BSI.

Komposisi pemegang saham BSI adalah: PT Bank Mandiri (Persero) Tbk 50,83%, PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk 24,85%, PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk 17,25%. Sisanya adalah pemegang saham yang masing-masing di bawah 5%. Penggabungan ini 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 serta komitmen pemerintah melalui Kementerian BUMN, Bank Syariah Indonesia didorong untuk dapat bersaing di tingkat global.

BSI merupakan ikhtiar atas lahirnya 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 (*Rahmatan Lil 'Aalamiin*).

Potensi BSI untuk terus berkembang dan menjadi bagian dari kelompok bank syariah terkemuka di tingkat global sangat terbuka. Selain kinerja yang tumbuh positif, dukungan iklim bahwa pemerintah Indonesia memiliki misi lahirnya ekosistem ekonomi halal dan memiliki bank syariah nasional yang besar serta kuat, fakta bahwa Indonesia sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia ikut membuka peluang.

Dalam konteks inilah kehadiran BSI menjadi sangat penting. Bukan hanya mampu memainkan peran penting sebagai fasilitator pada seluruh aktivitas ekonomi dalam ekosistem ekonomi halal, tetapi juga sebuah ikhtiar mewujudkan harapan Negeri. (sumber: Bank Syariah Indonesia).

4.1.2 Visi dan Misi PT Bank Syariah Indonesia (BSI)

Setiap institusi tentu saja memiliki misi visi yang dengan visi dan misi tersebut perusahaan akan menggambarkan apa yang akan dilakukan perusahaan, tujuan serta cara atau strategi perusahaan untuk mencapai tujuannya. Visi biasanya menggambarkan apa yang ingin dicapai atau diraih oleh suatu perusahaan. Sedangkan misi meliputi deskripsi mengenai fungsi dan kegiatan yang akan dilakukan

oleh PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI) sehari-hari. Berikut adalah visi dan misi dari PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI)

c. Visi

Top 10 Global Islamic Bank

d. Misi

1. Memberikan akses solusi keuangan syariah Indonesia
Melayani >20 juta nasabah dan menjadi top 5 bank berdasarkan *asset* (500+T) dan nilai buku 50T di tahun 2025.
2. Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham
Top 5 bank yang paling *profitable* di Indonesia (*ROE* 18%) dan valuasi kuat ($PB > 2$).
3. Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia
Perusahaan dengan nilai yang kuat dan memberdayakan serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja. (sumber: Bank Syariah Indonesia).

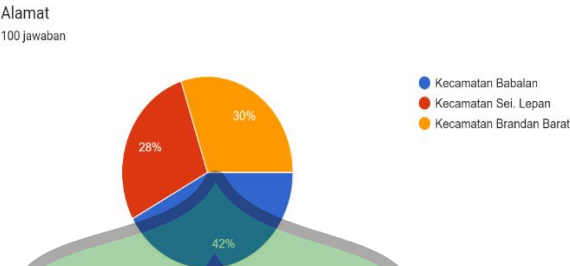
4.2 Gambaran Umum Responden

Berdasarkan kuisioner yang dibagikan kepada 100 masyarakat Pangkalan Berandan, berikut data yang diperoleh mengenai karakteristik dari responden:

1. Domisili Responden

Pengumpulan data melalui kuisioner berdasarkan domisili dari 100 responden, diperoleh hasil seperti tabel berikut ini:

Gambar 4.1 Domisili Responden



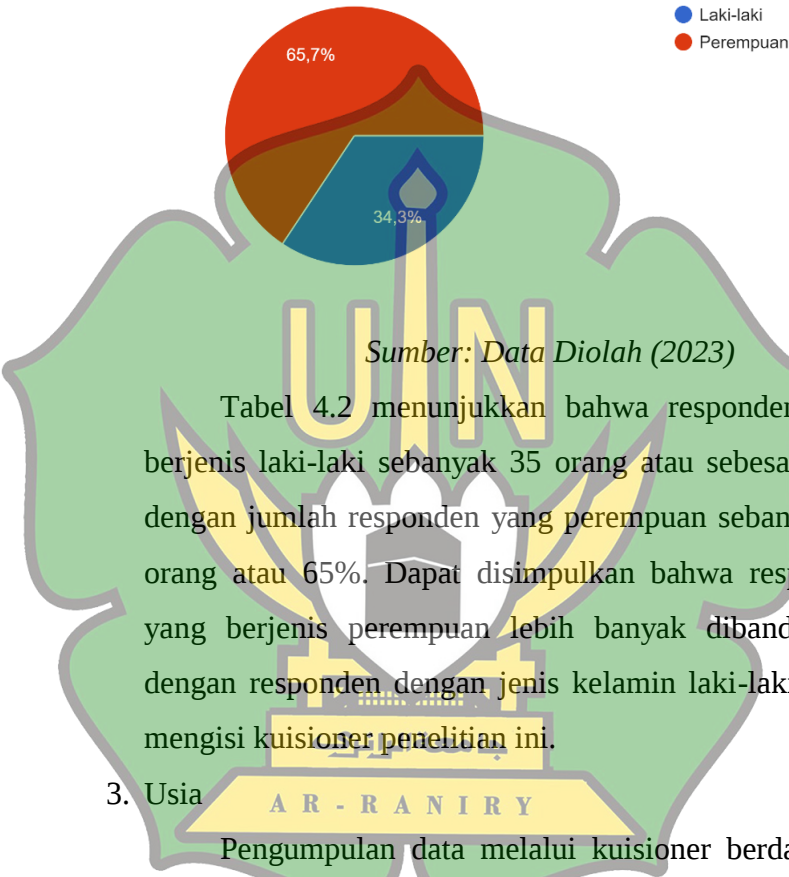
Sumber : Data oleh peneliti diolah (2023)

Tabel 4.1 Menunjukan bahwa responden yang berasal dari Kecamatan Sei Lapan sebanyak 28 orang atau 28%, dan jumlah dari Kecamatan Babalan sebanyak 42 orang atau 42%, dan responden yang berasal dari Kecamatan Brandan Barat sebanyak 30 orang atau 30%.

2. Jenis Kelamin

Pengumpulan data melalui kuisisioner berdasarkan jenis kelamin dari 100 responden, dapat diperoleh hasil seperti tabel berikut ini:

Gambar 4.2 Jenis Kelamin Responden



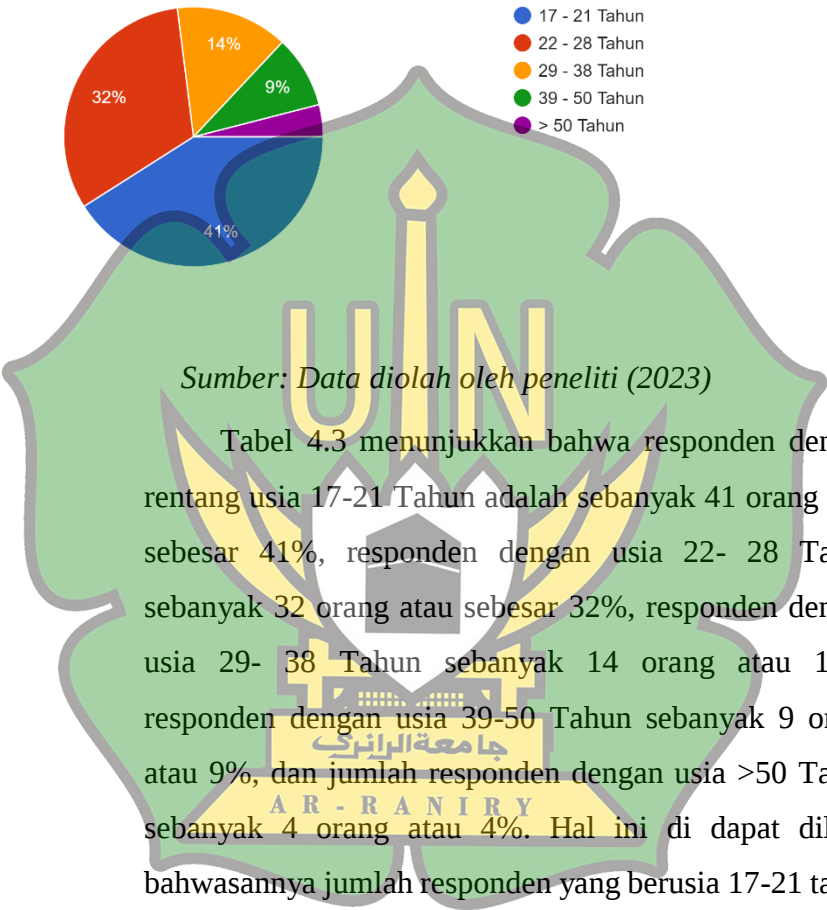
Sumber: Data Diolah (2023)

Tabel 4.2 menunjukkan bahwa responden yang berjenis laki-laki sebanyak 35 orang atau sebesar 35%, dengan jumlah responden yang perempuan sebanyak 65 orang atau 65%. Dapat disimpulkan bahwa responden yang berjenis perempuan lebih banyak dibandingkan dengan responden dengan jenis kelamin laki-laki untuk mengisi kuisioner penelitian ini.

3. Usia

Pengumpulan data melalui kuisioner berdasarkan usia dari 100 responden, dapat diperoleh hasil seperti tabel berikut ini:

Gambar 4.3 Usia Responden



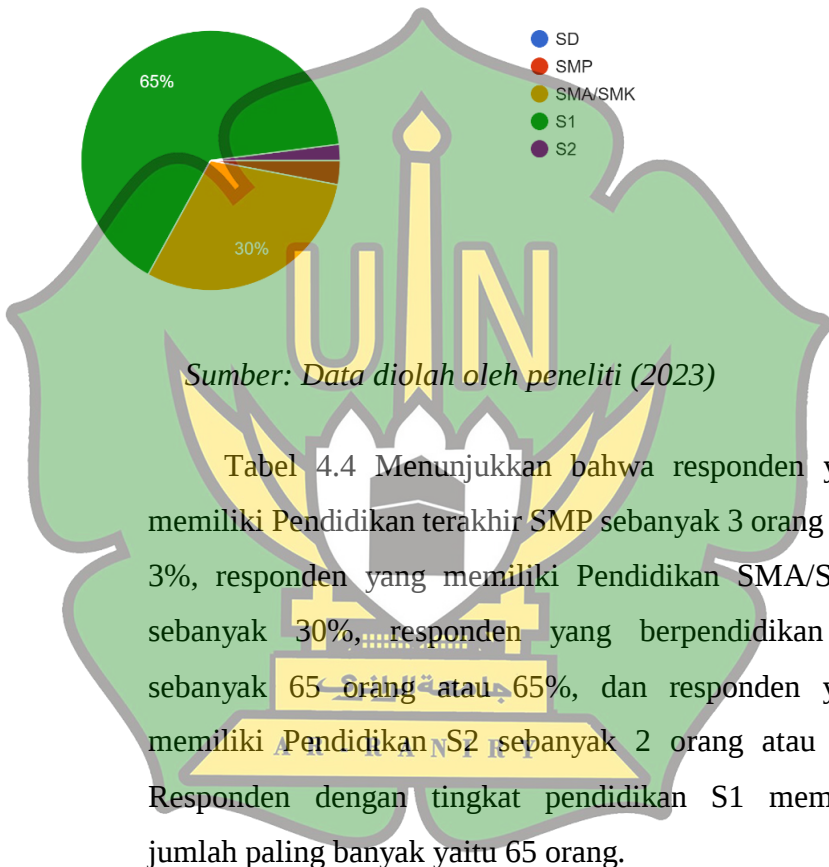
Sumber: Data diolah oleh peneliti (2023)

Tabel 4.3 menunjukkan bahwa responden dengan rentang usia 17-21 Tahun adalah sebanyak 41 orang atau sebesar 41%, responden dengan usia 22- 28 Tahun sebanyak 32 orang atau sebesar 32%, responden dengan usia 29- 38 Tahun sebanyak 14 orang atau 14%, responden dengan usia 39-50 Tahun sebanyak 9 orang atau 9%, dan jumlah responden dengan usia >50 Tahun sebanyak 4 orang atau 4%. Hal ini di dapat dilihat bahwasannya jumlah responden yang berusia 17-21 tahun lebih banyak dalam mengisi kuisioner penelitian ini.

4. Pendidikan Terakhir

Pengumpulan data melalui kuisioner berdasarkan Pendidikan terakhir dari 100 responden, dapat diperoleh hasil seperti tabel berikut ini:

Gambar 4.4
Pendidikan Responden

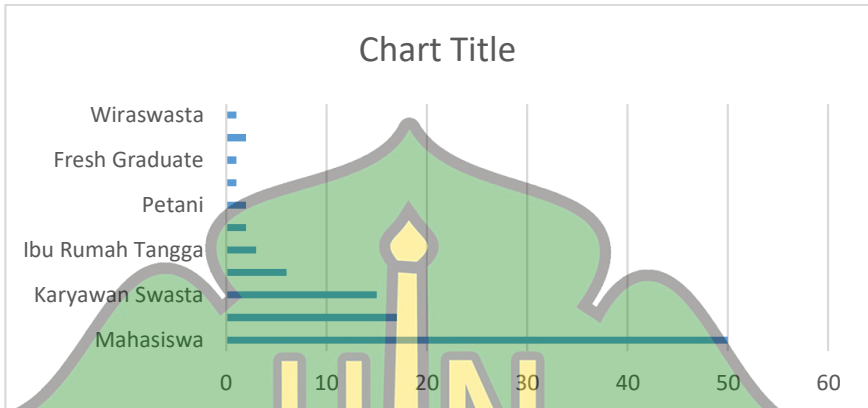


Tabel 4.4 Menunjukkan bahwa responden yang memiliki Pendidikan terakhir SMP sebanyak 3 orang atau 3%, responden yang memiliki Pendidikan SMA/SMK sebanyak 30%, responden yang berpendidikan S1 sebanyak 65 orang atau 65%, dan responden yang memiliki Pendidikan S2 sebanyak 2 orang atau 2%. Responden dengan tingkat pendidikan S1 memiliki jumlah paling banyak yaitu 65 orang.

5. Pekerjaan

Pengumpulan data melalui kuisioner berdasarkan pekerjaan dari 100 responden, dapat diperoleh hasil seperti tabel berikut ini:

Gambar 4.5
Pekerjaan Responden



Sumber: Data diolah oleh peneliti (2023)

Tabel 4.5 Menunjukkan bahwa responden yang memiliki pekerjaan ASN sebanyak 15 orang atau 15%, responden yang Mahasiswa sebanyak 50 orang atau 50%, responden yang Guru sebanyak 17 orang atau 17%, responden yang Karyawan Swasta sebanyak 15 orang atau 15%, responden yang Petani sebanyak 2 orang atau 2%, dan yang memiliki pekerjaan lainnya sebanyak 1 orang atau 1%. Dapat dilihat dari tabel diatas banyak Mahasiswa yang mengisi kuisioner penelitian ini.

6. Sudah berapa lama menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Pangkalan Berandan

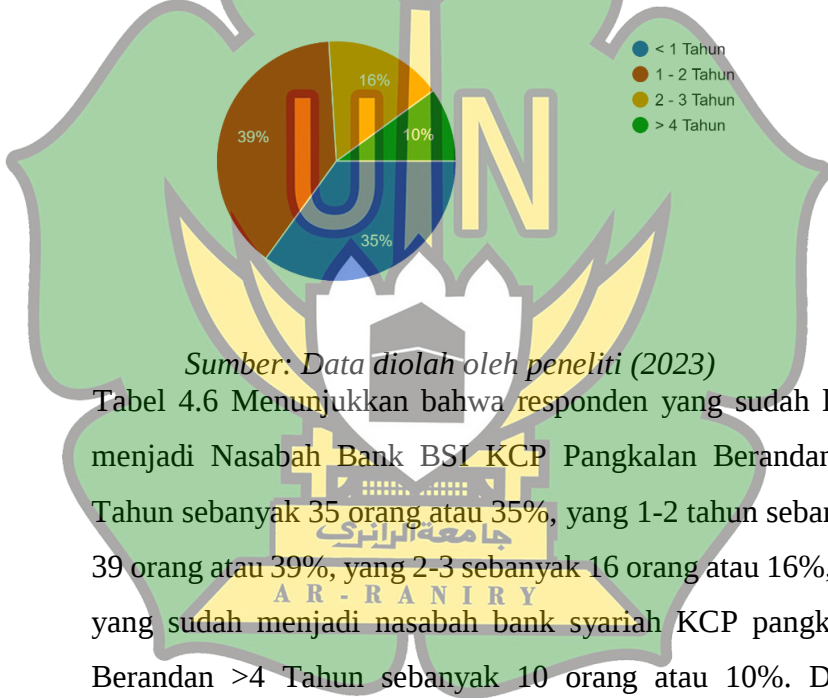
Pengumpulan data melalui kuisioner berdasarkan sudah berapa lama menjadi nasabah Bank Syariah

Indonesia KCP Pangkalan Berandan dari 100 responden, dapat diperoleh hasil seperti tabel berikut ini:

Gambar 4.6

Lama Menjadi Nasabah

Sudah berapa lama menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Pangkalan Berandan
100 jawaban



Sumber: Data diolah oleh peneliti (2023)

Tabel 4.6 Menunjukkan bahwa responden yang sudah lama menjadi Nasabah Bank BSI KCP Pangkalan Berandan <1 Tahun sebanyak 35 orang atau 35%, yang 1-2 tahun sebanyak 39 orang atau 39%, yang 2-3 sebanyak 16 orang atau 16%, dan yang sudah menjadi nasabah bank syariah KCP pangkalan Berandan >4 Tahun sebanyak 10 orang atau 10%. Dapat dilihat bahwa nasabah bank syariah Indonesia KCP pangkalan berandan lebih banyak 1-2 tahun menjadi nasabah.

4.3 Hasil Penelitian

4.3.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

A. Uji Validitas

Uji Validitas adalah bagian dari uji untuk mengukur apakah butir kuisisioner dari tiap variable sudah valid atau belum. Butir kuisisioner dinyatakan valid jika r hitung lebih besar dari r table. Sebelumnya dalam uji validitas ini akan dimulai dengan mencari nilai r hitung, dengan cara sebagai berikut

$$d(f) = n - 2$$

$$d(f) = 100 - 2$$

$$d(f) = 98$$

Keterangan :

$d(f)$ = *degree of freedom* (r tabel)

n = Jumlah responden

Dari perhitungan mencari nilai r tabel diatas, didapatkan hasil dari r tabel 98 yang menunjukkan angka 0.165. Hal itu berarti data akan dinyatakan valid jika hasil perhitungannya lebih dari 0.165. Berikut adalah hasil perbandingan r hitung dengan r tabel butir kuisisioner penelitian

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	X1.1	0,864	0,165	Valid
	X1.2	0,850	0,165	Valid
	X1.3	0,855	0,165	Valid
	X1.4	0,842	0,165	Valid
	X1.5	0,857	0,165	Valid
	X1.6	0,908	0,165	Valid
	X1.7	0,831	0,165	Valid
	X1.8	0,832	0,165	Valid
Religiusitas (X2)	X2.1	0,756	0,165	Valid
	X2.2	0,798	0,165	Valid
	X2.3	0,848	0,165	Valid
	X2.4	0,719	0,165	Valid
	X2.5	0,727	0,165	Valid
Kepercayaan (X3)	X3.1	0,891	0,165	Valid
	X3.2	0,898	0,165	Valid
	X3.3	0,902	0,165	Valid
	X3.4	0,920	0,165	Valid
	X3.5	0,877	0,165	Valid
Kepuasan Nasabah (Y)	Y.1	0,910	0,165	Valid
	Y.2	0,862	0,165	Valid
	Y.3	0,933	0,165	Valid

Berdasarkan hasil perhitungan uji validitas variable pertama Kualias Pelayanan (X1) dinyatakan valid karena hasil dari $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ ($r \text{ tabel}$, 0,165 dengan jumlah $n = 98$). Oleh sebab itu dalam kuisioner penelitian data X1 sebanyak 8 pertanyaan dinyatakan valid.

Berdasarkan hasil perhitungan uji validitas variable kedua Religiusitas (X2) dinyatakan valid karena hasil dari r hitung $>$ r tabel (r tabel, 0,165 dengan jumlah $n = 98$). Oleh sebab itu dalam kuisioner penelitian data X2 sebanyak 5 pertanyaan dinyatakan valid.

Berdasarkan hasil perhitungan uji validitas variable ketiga Kepercayaan (X3) dinyatakan valid karena hasil dari r hitung $>$ r tabel (r tabel, 0,165 dengan jumlah $n = 98$). Oleh sebab itu dalam kuisioner penelitian data X3 sebanyak 5 pertanyaan dinyatakan valid.

Berdasarkan hasil perhitungan uji validitas variabel keempat berupa Kepercayaan Nasabah (Y) dinyatakan valid karena hasil dari r hitung $>$ r tabel (r tabel, 0,165 dengan jumlah $n = 98$). Maka dari dapat disimpulkan bahwa keseluruhan data dari pernyataan responden dalam kuisioner penelitian dinyatakan valid.

B. Uji Realibilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menggambarkan kemantapan suatu instrument pengukuran. Dalam penelitian ini untuk membuktikan bahwa instrument pernyataan ini reliabilitas peneliti menggunakan bantuan aplikasi *SPSS* dapat dilihat pada tabel 4.8 berikut.

Tabel 4.8
Hasil Uji Realibilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Standar	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	0,945	0,60	Reliabel
Religiusitas (X2)	0,829	0,60	Reliabel
Kepercayaan (X3)	0,940	0,60	Reliabel
Kepuasan Nasabah (Y)	0,886	0,60	Reliabel

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2023)

Berdasarkan hasil olahan data reliabilitas, dinyatakan bahwa data yang di uji memiliki nilai variable reliabilitas yang baik karena keseluruhan nilai *Chonbach's Alpha* menunjukan hasil yang lebih besar dari batas kritis yang ditentukan yaitu 0.60. Dari hasil tabel diatas dapat dilihat nilai reliabilitas variable Kualitas Pelayanan sebesar 0,945, nilai reliabilitas dari Religiusitas sebesar 0,829, nilai reliabilitas dari Kepercayaan sebesar 0,940, serta nilai reliabilitas dari variable Kepuasan Nasabah sebesar 0,886.

4.3.2 Uji Asumsi Klasik

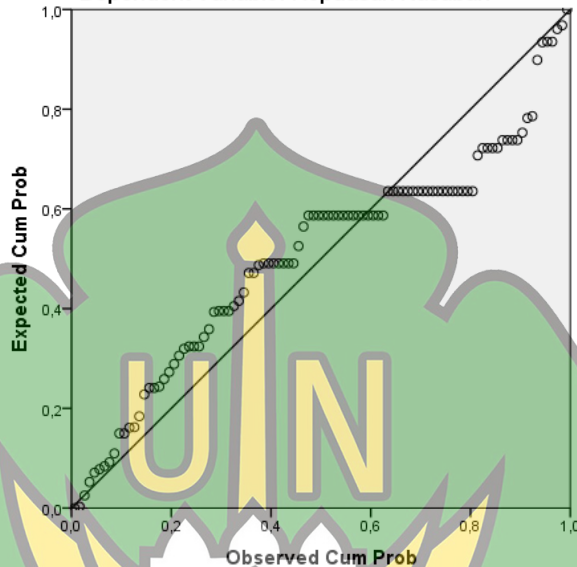
A. Uji Normalitas

Uji pertama yang dilakukan dalam uji asumsi klasik ini adalah uji normalitas. Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui distribusi normalitas dari nilai residul. Peneliti menggunakan *Kolmogorov Smirnov*, adapun hasil uji normalitas yang didapatkan adalah sebagai berikut:

Gambar 4. 9 Normalitas (P-P Plot)

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: Kepuasan Nasabah



Berdasarkan tabel 4.9 diatas dapat disimpulkan bahwa *P-P Plots* menunjukkan pola distribusi normal. Pada gambar diatas juga dapat dilihat bahwa titik-titik yang terbentuk menyebar disekitar garis diagonal.

B. Uji Multikolinieritas

Metode uji multikolinearitas yaitu dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Inflation Factor (VIF)* pada model regresi, jika nilai *VIF* kurang dari 10 dan nilai *Tolerance* lebih dari 0,1 maka dapat disimpulkan bahwa suatu model regresi bebas dari multikolinearitas.

Tabel 4.10
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	,187	,780		,240	,811		
Kualitas Pelayanan	,189	,046	,485	4,111	,000	,177	5,635
Religiusitas	,158	,072	,226	2,200	,030	,234	4,273
Kepercayaan	,124	,069	,201	1,802	,075	,200	5,009

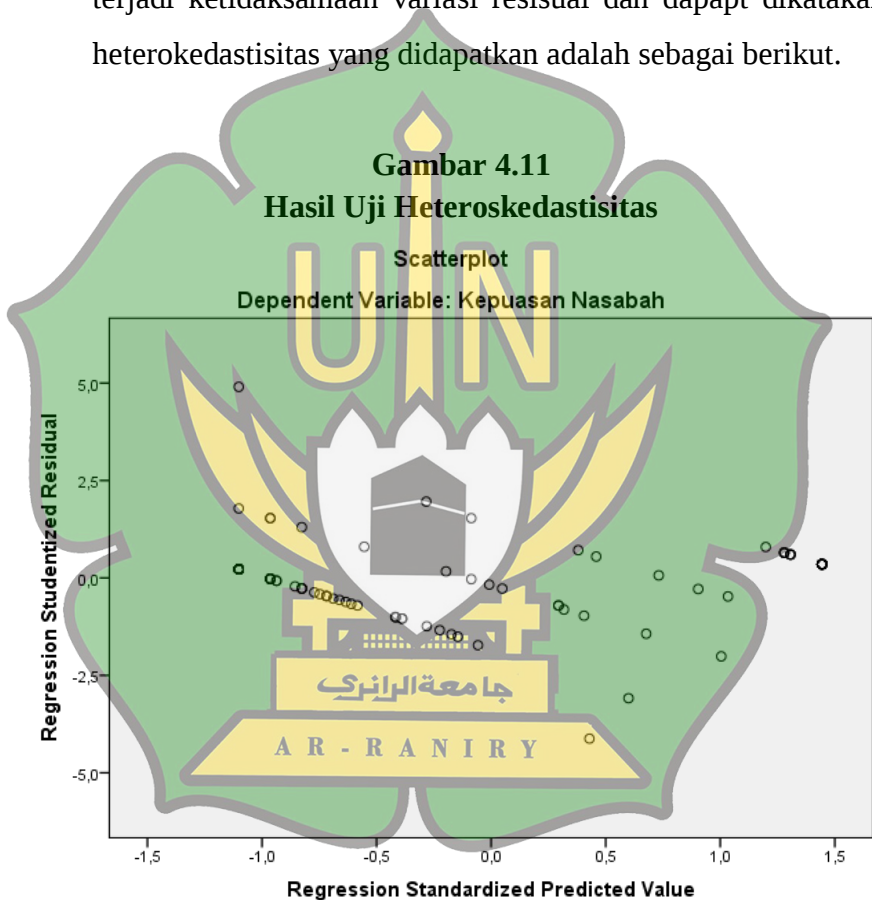
a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Data diolah oleh peneliti
(2023)

Berdasarkan *output coefficients* pada tabel di atas, dapat dilihat pada kolom VIF dapat diketahui bahwa nilai VIF untuk Kualitas pelayanan, religiusitas, dan kepercayaan < 10,00 dan nilai Tolerance > 0,100 maka dapat disimpulkan bahwa model regresi bebas dari multikolinearitas atau tidak adanya masalah multikolinearitas.

C. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji terjadinya ketidaksamaan variasi residual dari sebuah pengamatan. Data uji dapat dikatakan baik jika hasil menunjukkan data yang tidak terjadi ketidaksamaan variasi residual dan dapat dikatakan heteroskedastisitas yang didapatkan adalah sebagai berikut.



Berdasarkan tabel 4.11, hasil regresi antara variabel independen dengan absolut residualnya menunjukkan bahwa koefisien dari masing-masing variabel independen tidak ada

yang signifikan (taraf signifikansi $> 0,05$). Sehingga tidak menjadi masalah heteroskedastisitas. heteroskedastisitas antar variabel independent dalam model regresi. Maka hasil diatas dapat dijelaskan dengan hasil analisis grafik yaitu grafik *scatterplot*, titik-titik yang terbentuk harus menyebar secara acak, tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Apabila kondisi ini terpenuhi maka tidak terjadi heteroskedastisitas dan model regresi layak digunakan.

4.3.3 Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda bertujuan untuk mencari pengaruh dari dua atau lebih variabel independen/variabel bebas (X) terhadap variabel dependen/variabel terikat (Y). Hasil perhitungan regresi linear berganda dengan program SPSS dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 4. 12

Coefficients ^a					
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
Model		B	Std. Error	Beta	t
1	(Constant)	,187	,780		,240
	Kualitas Pelayanan	,189	,046	,485	4,111
	Religiusitas	,158	,072	,226	2,200
	Kepercayaan	,124	,069	,201	1,802

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2023)

Nilai Konstanta yang didapat sebesar 0,187, maka memiliki arti bahwa apabila Variabel Kualiras Pelayanan, Religiusitas, dan Kepercayaan nilai konstantanya diasumsikan bernilai 0 maka nilai Kepuasan Nasabah adalah 0,187.

Nilai Koefesien Regresi Variabel Kualitas Pelayanan bernilai positif sebesar 0,189 maka memiliki arti bahwa apabila kenaikan 1% Variabel Kualitas Pelayanan akan menyebabkan kenaikan pada Kepuasan Nasabah sebesar 0,189.

Nilai Koefesien Regresi Variabel Religiusitas bernilai positif sebesar 0,158 maka memiliki arti bahwa apabila kenaikan 1% Variabel Religiusitas akan menyebabkan kenaikan pada Kepuasan Nasabah Sebesar 0,158.

Nilai Koefesien Regresi Variabel Kepercayaan bernilai positif sebesar 0,124 maka memiliki arti bahwa apabila kenaikan 1% Variabel Kepercayaan akan menyebabkan kenaikan pada Kepuasan Nasabah sebesar 0,124.

4.3.4 Pengujian Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R Square) bertujuan untuk mengukur seberapa besar presentase pengaruh variabel independen atau bebas terhadap variabel dependen atau terikat dalam satuan persen pada sebuah model regresi

penelitian. Hasil uji koefisien determinasi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 4. 13

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,873 ^a	,763	,755	,650

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Religiusitas, Kualitas Pelayanan

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2023)

Berdasarkan hasil uji diatas diketahui bahwa nilai koefisien determinasi sebesar 0,755 artinya bahwa 75,5% Kepercayaan, Religiusitas, dan Kepercayaan dipengaruhi oleh faktor Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Pangkalan Berandan. Sisanya 25,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

4.3.5 Pengujian Hipotesis

A. Uji t

Uji t dilakukan untuk mengetahui apakah terjadi hipotesis secara parsial atau tidak. Variabel bebas (X1) Kualitas pelayanan dan (X2) Religiusitas (X3) Kepercayaan dengan variabel terikat (Y) Kepuasan Nasabah. Disini uji t dilakukan dengan membandingkan hasil t hitung dengan t tabel dengan tingkat signifikan 5%. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_a ditolak, sedangkan jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_a diterima. Didapatkan t hitung sebesar 1,413 dan t tabel dicari pada tabel statistik

pada signifikan 0,05 dengan $df = n - k = 100 - 3 = 97$ adalah 1.660. Dengan ini nilai t tabel adalah 1.660 dengan uji t yang dilakukan dengan membandingkan hasil t hitung dengan t tabel atau tingkat signifikan 5%. Berikut ini hasil perhitungan uji t dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 4.14
Hasil Uji t

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,187	,780		,240	,811
Kualitas Pelayanan	,189	,046	,485	4,111	,000
Religiusitas	,158	,072	,226	2,200	,030
Kepercayaan	,124	,069	,201	1,802	,075

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2023)

A R - R A N I R Y

Berdasarkan hasil dari uji t tabel 4.14 diatas disimpulkan beberapa hasil sebagai berikut ini:

1. Variabel kualitas pelayanan (X1) Uji t terhadap variabel kualitas pelayanan (X1), didapatkan t hitung > t tabel yaitu $4,111 > 1,660$ dan sig $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan Variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah.

2. Variabel Religiusitas (X2) Uji t terhadap variabel Religiusitas (X2), didapatkan t hitung > t tabel yaitu $2,200 > 1,660$ dan $\text{sig } 0,030 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan Variabel Religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan Nasabah.
3. Variabel Kepercayaan (X3) Uji t terhadap variabel Kepercayaan (X3), didapatkan t hitung > t tabel yaitu $1,802 > 1,660$ dan $\text{sig } 0,075 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan Variabel Kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

B. Uji F

Pada dasarnya uji F menunjukkan apakah dari variabel bebas ada pengaruh terhadap variabel terikat. Hasil perhitungan Uji F ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 4.15
Hasil Uji F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	130,060	3	43,353	102,764	,000 ^b
Residual	40,500	96	,422		
Total	170,560	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

b. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Religiusitas, Kualitas Pelayanan

Berdasarkan hasil uji F model pertama pada tabel 4.15, maka nilai F sebesar 102,764 lebih besar dari nilai f tabel sebesar 3,10 dengan tingkat signifikansi 0,000 atau $< 0,05$ maka secara simultan variabel Kualitas Pelayanan, Religiusitas dan Kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Kepuasan Nasabah.

4.4 Pembahasan

Berdasarkan hasil dari penelitian yang dilakukan terhadap 100 orang responden, maka dapat diketahui bagaimana tanggapan para responden terhadap variabel-variabel yang diajukan dalam kuesioner. Tanggapan responden tersebut dijelaskan dalam pembahasan berikut:

1. **Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah**

Hasil penelitian ini menunjukkan variabel Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap Kepuasan Nasabah. Dengan kata lain bahwa semakin tinggi tingkat Kualitas Pelayanan yang diberikan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Pangkalan Berandan, maka akan semakin meningkatkan Kepuasan Nasabah. Hal tersebut juga didukung oleh penelitian Pangarso Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Religiusitas terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) di Yogyakarta (2018) yang menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan

berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan nasabah.

Dengan terbuktinya hasil penelitian tersebut, maka upaya yang dilakukan oleh pihak Bank Syariah Indonesia KCP Pangkalan Berandan adalah dengan terus meningkatkan pelayanan yang cepat dalam operasional, kesiapan petugas dalam melayani nasabah, dan memberikan kelengkapan fisik guna memberikan kenyamanan untuk nasabah. Kemudian selalu memberikan pelayanan yang sama dan menyenangkan untuk setiap nasabah sangat diperlukan agar nasabah merasa puas. Konsumen yang merasa puas secara tidak langsung akan menciptakan loyalitas, dan mendorong terjadinya rekomendasi dari mulut kemulut, bahkan dapat memperbaiki citra perusahaan dimata konsumen. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi kualitas layanan yang diberikan oleh penyedia jasa maka semakin tinggi kepuasan yang dirasakan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Pangkalan Berandan.

2. Pengaruh Religiusitas terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil pengujian pengaruh Religiusitas (X_2) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) negatif 0.291 dan tidak signifikan $0.830 > 0.05$. Sehingga dapat diartikan bahwa Religiusitas tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Pangkalan

Berandan. Nilai-nilai Religiusitas menyangkut nilai-nilai keimanan dari masing nasabah, dimana religiusitas adalah hal kepribadian manusia, kepercayaan, dan perilaku yang baik dalam menjalankan kegiatan/perbuatan nasabah pada Bank Syariah Indonesia. Dari hasil kuisioner pada penelitian ini, ada nasabah yang merasa tidak merasakan keberkahan didalam dirinya ketika menggunakan jasa bank syariah, dan masi banyak yang ragu-ragu untuk selalu menggunakan jasa bank syariah dikarenakan di Pangkalan Berandan terdapat beberapa bank lainnya seperti Bank BRI yang kantornya bersebrangan dengan Bank BSI KCP Pangkalan Berandan, dan 500 meter masih ada bank konvensional lainnya yaitu bank Mandiri dan Bank SUMUT.

Religiusitas merupakan sikap seseorang terhadap agama secara umum, bukan hanya kepada satu aspek atau bidangnya saja dari agama, tetapi lebih kepada sikap seseorang dalam memperlihatkan atau menunjukkan intesitas seseorang untuk menjadi orang beragama. (Asraf,2014).

Berbeda dengan penelitian terkait Audina (2020) Pengaruh Religiusitas Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Syariah Mandiri Tbk Cabang Pembantu Pangkalan Berandan yang mendapatkan pengaruh yang signifikan antara religiusitas terhadap loyalitas nasabah Bank

Syariah Mandiri Tbk Cabang Pembantu Pangkalan Berandan.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Religiusitas dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil penelitian ini menunjukkan variabel Kualitas Pelayanan, Religiusitas dan Kepercayaan memiliki pengaruh positif terhadap Kepuasan Nasabah. Dengan kata lain bahwa semakin tinggi tingkat kualitas pelayanan, religiusitas dan kepercayaan yang diberikan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Pangkalan Berandan, maka akan semakin meningkatkan kepuasan nasabah. Hal tersebut juga didukung oleh penelitian Huddin (2019) yang menyatakan bahwa Kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan nasabah BRI Syariah Universitas Serang Raya, Serang, Banten.

Penelitian lain seperti Engkur (2018) yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Di Jakarta, yang menunjukkan hasil yang signifikan antara variabel pelayanan terhadap kepuasan nasabah atas beberapa point yang ada pada penelitian tersebut, yaitu variabel *tangible* terhadap kepuasan nasabah bank syariah, terdapat pengaruh yang positif variabel *responsiveness* terhadap kepuasan nasabah, terdapat pengaruh yang positif signifikan

variabel *reliability* terhadap kepuasan nasabah, terdapat pengaruh yang signifikan variabel *assurance* terhadap kepuasan nasabah, terdapat pengaruh yang signifikan variabel *empathy* terhadap kepuasan nasabah, memiliki pengaruh yang signifikan variabel *compliance to Islamic law* terhadap kepuasan nasabah bank syariah, memiliki pengaruh yang positif secara simultan ke enam variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah bank syariah di DKI Jakarta, dan memiliki variabel dari kualitas pelayanan yang berpengaruh positif signifikan yang paling dominan pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah adalah *responsiveness* dengan koefisien sebesar 0,345, kemudian variabel *Compliance to Islamic Law* sebesar 0.250 dan variabel *empathy* sebesar 0.216.

Pada penelitian lainnya yang disusun oleh Purwaningsih (2020) yang berjudul Pengaruh religiusitas, pengetahuan, dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung di bank syariah (Studi Empiris pada Nasabah Bank Syariah di Gunungkidul) yang mendapatkan hasil yang menyatakan bahwa religiusitas berpengaruh positif terhadap minat menabung, hal ini dibuktikan dengan semakin banyaknya masyarakat dari kalangan tertentu (beragama muslim) yang percaya dengan bank syariah.

Penelitian lainnya yang berjudul pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepercayaan nasabah dan loyalitas nasabah bank mandiri cabang Veteran Denpasar Bali yang disusun oleh Pramana (2016) mendapatkan hasil yang variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan nasabah pada Bank Mandiri Cabang Veteran, Denpasar-Bali. Berarti semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh Bank Mandiri maka semakin tinggi pula kepercayaan yang dimiliki nasabah Bank Mandiri Cabang Veteran Denpasar-Bali. Variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada Bank Mandiri Cabang Veteran, Denpasar-Bali. Berarti semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh Bank Mandiri maka semakin tinggi pula loyalitas yang dimiliki nasabah Bank Mandiri Cabang Veteran Denpasar-Bali. Variabel kepercayaan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada Bank Mandiri Cabang Veteran, Denpasar-Bali. Artinya semakin tinggi kepercayaan yang dimiliki oleh nasabah maka semakin tinggi pula loyalitas yang dimiliki nasabah Bank Mandiri Cabang Veteran Denpasar-Bali. Variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah melalui kepercayaan nasabah pada Bank Mandiri Cabang Veteran, Denpasar-

Bali. Artinya, semakin baik kualitas pelayanan maka kepercayaan nasabah semakin tumbuh, sehingga kepercayaan nasabah maka akan semakin baik.



BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang Kualitas Pelayanan, Religiusitas, dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah pada KCP Pangkalan Berandan dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti kepada nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Pangkalan Berandan, dapat disimpulkan bahwa hasil dari variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah berdasarkan data kuesioner yang diberikan.
2. Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti pada penyebaran kuisisioner, mendapat hasil yang menunjukkan bahwa variabel religiusitas tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dikarenakan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Pangkalan Berandan masih ragu dalam menggunakan Bank Syariah Indonesia bisa mendapatkan sebuah keberkahan.
3. Dari hasil kuisisioner yang diberikan kepada nasabah, peneliti mendapatkan kesimpulan bahwa hasil dari variabel kepercayaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Pangkalan Berandan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dipaparkan, maka dapat diusulkan saran dengan harapan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang terkait atas penelitian ini. Adapun saran-saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Diharapkan untuk pihak Bank Syariah Indonesia KCP Pangkalan Berendan perlu meningkatkan sarana ataupun fasilitas yang dapat menjadikan rasa nyaman kepada nasabah pada saat melakukan aktifitas pada Bank Syariah Indonesia KCP Pangkalan Berendan.
2. Diharapkan kepada peneliti selanjutnya dapat memasukkan variabel-variabel yang belum diteliti dalam penelitian ini yang dapat digunakan untuk penyempurnaan penelitian, mengenai faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah dalam menabung pada bank syariah Indonesia khususnya pada KCP Pangkalan Berendan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka cipta.
- Darsono, L.I. dan Dharmmesta, B.S., 2005, *Kontribusi Involvement dan Thrust in Brand dalam Membangun Loyalitas Pelanggan*, Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia, vol 20, no 3
- Donni Juni Priansa. 2017. *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Drs. Jalaludin Rakhmat, M.Sc.2008. Psikologi Komunikasi. Bandung. PT. RemajaRosdakarya.
- Edisi Revisi, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2012, h.74.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harinaldi, *Prinsip-Prinsip Statistik Untuk Teknik dan Sains*, (Jakarta: Erlangga, 2005), hlm. 2. 103
- Harinaldi. 2005. *Prinsip-Prinsip Statistik Untuk Teknik dan Sains*, Erlangga, Jakarta
- Hartono, Jogiyanto. (2009). *Sistem Teknologi Informasi*. Yogyakarta
- Imam Nawawi, *Al-Minhaj Syarh Shahih Muslim Ibnul Hajjaj*, Jilid 1 (Kairo: Darul Ghad Al-Jadid, 2007), 161.
- Indra Jaya, *Penerapan Statistik Penelitian Pendidikan* Ed. 1, (Jakarta: Kencana 2019), hlm. 17.

- Kaderi, S. dan Diahmairissa, T. 2003. Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Penerbangan, *Studi Kasus : Garuda Indonesia kelas Ekonomi*. Jurnal Manajemen ITB, 2(10): h; 13-23.
- Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*
- Narimawati, U.2010. *Metodologi Penelitian: Dasar Penyusunan Penelitian Ekonomi*. Jakarta:Genesis.
- Parasuraman, A, Valerie A. Zeithaml, Leonard L. Berry. 1998 *SERVQUAL : A Multiple Item Scale For Measuring Consumer Perception Of Service Quality*. Journal Of Retailing Vol. 64 No. 1, pp 12-37.
- Prasetyo, Widiyanto Bangun. 2007. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Swalayan Luwes Purwodadi)*. B11.2007.01325.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. 2020. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*. Deepublish.
- Stanley Lemeshow et. al., *Besar Sampel dalam Penelitian Kesehatan*, (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 1997), hlm. 2.
- Stefanus, (Placeholder1)T. 2008. *Analisa Kesenjangan Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Nasabah Pengunjung Plaza Tunjungan Surabaya*. Jurhal Manajemen Faakultas Ekonomi Universitas Kristen Petra. <http://www.petra.ac.id/puslit/journals/dir.php?DepartmentID=MAN>.

- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta. 2017.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2015. *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*, 33. Yogyakarta: Pustaka Baru Press
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.



LAMPIRAN

Lampiran 1 : Angket Penelitian

1. Identitas Peneliti

Nama : M. Syukran Aditya Izzulhaq
Prodi/Fakultas : Perbankan Syariah/ Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : “Pengaruh Kualitas Pelayanan,
Religiusitas, dan Kepercayaan terhadap Kepuasan
Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Pangkalan
Berandan”

2. Identitas Responden

- a. Nama/ inisial : Boleh Kosong
- b. Jenis Kelamin : 1. Laki- Laki 2. Perempuan
- c. Alamat : 1. Kecamatan Babalan 2.
Kecamatan Sei. Lapan 3. Kecamatan Brandan Barat
- d. Usia : 1. 17- 21 Tahun 2. 22- 28
Tahun 3. 29-38 Tahun 4. 39- 50 Tahun 5. >50
Tahun
- e. Pekerjaan : 1. ASN 2. Karyawan Swasta
3. Pelajar 4. Mahasiswa 5. Petani 6. Guru 7. Lainnya
- f. Pendidikan : 1. SD 2. SMP 3. SMA 4. S1
5. S2
- g. Sudah berapa lama menjadi nasabah Bank Syariah
Indonesia KCP Pangkalan Berandan : 1. <1 Tahun
2. 1-2 Tahun 3. 2-3 Tahun 4. >4 Tahun

3. Petunjuk pengisian kuisioner

Berikan pernyataan pada kolom yang saudara/I pilih sesuai dengan keadaan yang sebenarnya, dengan alternatif menjawab sebagai berikut:

Sangat Setuju : bila anda sangat setuju pada pertanyaan tersebut

Setuju :bila anda setuju pada pertanyaan tersebut

Ragu-Ragu : bila anda ragu-ragu pada pertanyaan tersebut

Tidak Setuju : bila anda tidak setuju pada pertanyaan tersebut

Sangat Tidak Setuju : bila anda sangat tidak setuju pada pertanyaan tersebut



LAMPIRAN

Pertanyaan Kualitas Pelayanan (X1)

No	Pertanyaan	Tanggapan Responden				
		SS	S	RG	TS	STS
1	Saya merasa pelayanan di BSI udah sesuai dengan yang saya harapkan					
2	Saya merasa karyawan di BSI peduli dan ramah terhadap nasabah					
3	Saya merasa penyampaian informasi diberikan dengan jelas oleh karyawan					
4	Saya merasakan karyawan bersedia membantu keperluan nasabah					
5	Saya merasa jaminan keamanan sudah sesuai harapan					
6	Saya merasa BSI memberikan dukungan dan kerjasama terhadap nasabah					
7	Saya merasa BSI memberikan pengertian dan toleransi terhadap nasabah apabila terjadi masalah					
8	Saya merasa staff/pegawai di BSI secara pribadi memberikan perhatian dan akrab pada nasabah					

Pertanyaan Religiusitas (X2)

No	Pertanyaan	Tanggapan Responden				
		SS	S	RG	TS	STS
1	Saya yakin bahwa Bank Syariah dalam praktiknya berlandaskan Al-Qur'an dan Hadist					
2	Saya selalu menggunakan jasa Bank Syariah					
3	Saya merasa tenang dan mendapat berkah saat menggunakan jasa Bank Syariah					
4	Saya mengetahui bahwa Riba merupakan sesuatu yang diharamkan					
5	Saya selalu berusaha menghindari Riba					

Pertanyaan Kepercayaan (X3)

No	Pertanyaan	Tanggapan Responden				
		SS	S	RG	TS	STS
1	Saya percaya BSI adalah bank yang dapat diandalkan					
2	Saya percaya BSI memberikan layanan yang mendahulukan kepentingan umum					

3	Saya percaya BSI memiliki produk yang andal dan jujur dalam menyelesaikan masalah					
4	Saya yakin BSI adalah bank yang dapat memenuhi janji kepada nasabah					
5	Saya yakin BSI mampu menyelesaikan masalah jika nasabah memiliki kendala dalam pelayanan yang diberikan					

Pertanyaan Kepuasan Nasabah (Y)

No	Pertanyaan	Tanggapan Responden				
		SS	S	RG	TS	STS
1	Saya merasa layanan oleh karyawan BSI KCP Pangkalan Berandan sesuai harapan					
2	Saya bersedia bertransaksi lagi di BSI di masa yang akan datang					
3	Saya puas terhadap pelayanan BSI KCP Pangkalan Berandan					

LAMPIRAN

1. Kualitas Pelayanan

No	Kualitas Pelayanan (X1)							
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8
1	4	4	4	4	4	4	4	4
2	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	5	5	4	3	4	4	4
4	4	4	5	3	4	4	5	3
5	4	4	4	4	4	4	4	4
6	4	4	4	4	4	4	4	4
7	4	4	4	4	4	4	5	4
8	5	5	5	5	4	4	4	4
9	4	4	4	4	4	4	4	4
10	4	4	4	4	4	4	4	4
11	5	5	5	5	5	5	5	4
12	5	5	5	5	5	5	5	5
13	4	5	5	5	5	5	4	5
14	5	5	5	5	5	5	5	5
15	5	5	5	5	5	5	5	5
16	4	4	4	4	4	4	4	4
17	4	4	5	4	5	4	5	5
18	5	5	5	5	5	5	5	5
19	4	4	4	4	4	4	4	4
20	4	4	4	4	4	4	4	4
21	4	4	4	4	4	4	4	4
22	5	5	5	5	5	5	5	5
23	5	5	5	5	5	5	5	5
24	5	5	5	5	5	5	5	5
25	5	5	5	5	5	5	5	5
26	5	5	5	5	5	5	5	5
27	4	5	5	5	5	5	5	5
28	5	5	5	5	5	5	5	5

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

62	4	4	4	4	4	4	4	4
63	4	4	4	4	4	4	4	4
64	4	4	4	4	4	4	4	4
65	4	4	4	4	4	4	4	4
66	3	3	3	4	2	3	4	4
67	3	4	2	4	4	3	3	3
68	5	5	5	5	5	5	4	3
69	4	4	4	4	4	4	4	3
70	4	4	4	4	4	4	4	4
71	4	4	4	4	4	4	4	4
72	4	4	4	4	4	4	4	4
73	4	4	4	4	4	4	4	4
74	4	4	4	4	4	4	4	4
75	4	4	4	4	4	4	4	4
76	2	2	3	4	3	4	4	3
77	4	4	4	4	4	4	4	4
78	4	4	5	4	5	5	5	5
79	4	3	3	5	5	4	4	4
80	4	4	4	4	4	4	4	4
81	5	5	5	5	5	5	5	5
82	5	5	5	5	5	5	4	5
83	5	5	5	5	5	5	4	5
84	4	4	4	4	4	4	4	4
85	4	4	4	4	4	4	4	4
86	5	5	5	5	5	5	5	5
87	4	4	4	4	4	4	4	4
88	4	4	3	5	3	4	4	5
89	4	4	4	4	4	4	4	4
90	4	4	4	4	4	4	4	4
91	4	3	4	4	4	4	4	4
92	4	4	4	4	4	4	4	4
93	4	4	4	4	4	4	4	2
94	4	4	2	4	2	3	3	2

95	4	4	4	4	4	4	4	4
96	3	4	4	4	4	3	4	4
97	5	5	5	5	4	5	5	5
98	4	4	4	4	3	4	4	4
99	3	4	4	4	3	4	4	4
100	5	5	4	4	4	5	4	4
101	4	5	5	4	3	4	4	4

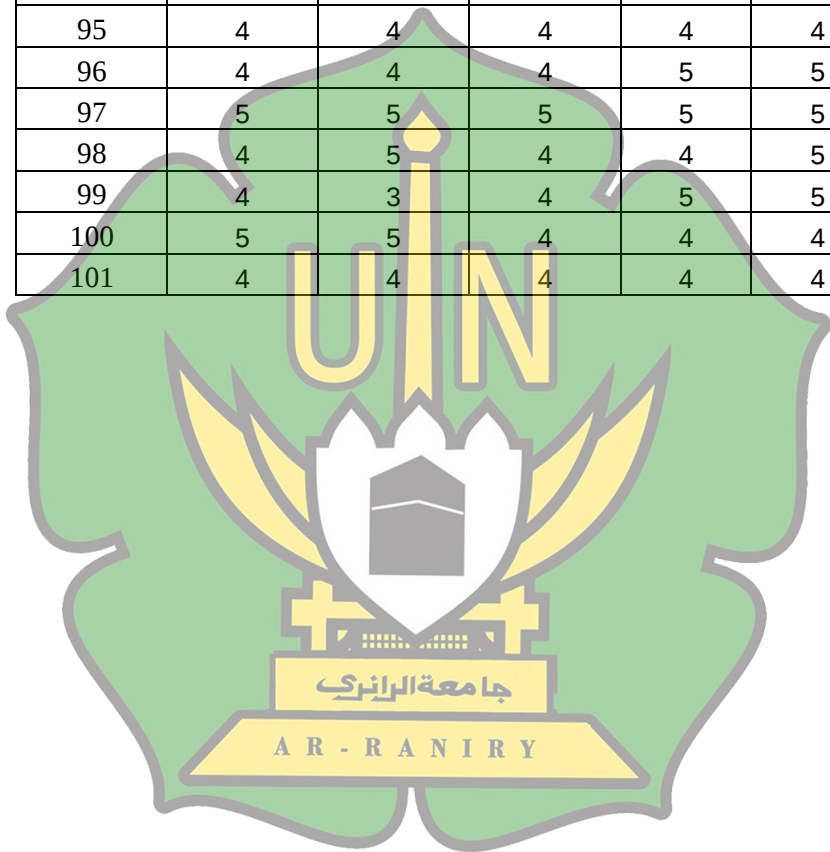
2. Religiusitas (X2)

No	Religiusitas (X2)				
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5
1	4	4	4	4	4
2	4	4	4	5	4
3	4	3	5	5	4
4	4	4	4	5	5
5	3	4	4	4	4
6	3	4	2	4	4
7	4	4	4	5	5
8	4	4	4	5	4
9	4	4	4	5	5
10	4	4	4	4	5
11	5	5	4	5	4
12	4	4	4	5	5
13	4	5	5	5	4
14	4	5	5	5	5
15	4	5	5	5	5
16	4	4	4	4	4
17	5	4	5	5	4
18	5	4	5	5	5
19	4	4	4	4	4
20	5	4	4	4	4
21	3	3	3	3	3
22	5	5	5	5	5

23	5	5	5	5	5
24	4	5	5	5	5
25	5	5	5	5	5
26	5	5	5	5	5
27	5	5	5	5	5
28	5	5	5	5	5
29	5	5	5	5	5
30	5	5	5	5	5
31	4	4	4	5	5
32	4	4	4	5	5
33	4	4	4	4	4
34	5	5	5	5	5
35	4	4	4	5	4
36	5	5	5	5	5
37	5	5	5	5	5
38	5	5	5	5	5
39	4	5	5	5	5
40	5	5	5	5	5
41	5	5	5	5	5
42	5	5	5	5	5
43	5	5	5	5	5
44	5	5	5	5	5
45	4	4	4	4	4
46	5	5	5	5	5
47	5	4	5	5	5
48	5	5	5	5	5
49	5	4	4	5	4
50	5	5	4	5	5
51	5	4	5	4	4
52	4	5	5	5	4
53	4	4	4	4	4
54	3	4	3	5	2
55	4	4	4	4	4

56	4	4	4	5	5
57	4	4	4	4	4
58	5	5	5	5	5
59	3	4	4	4	4
60	4	4	4	4	4
61	4	4	4	5	5
62	4	4	4	4	4
63	4	4	4	4	4
64	4	4	4	4	4
65	3	4	3	4	4
66	3	4	4	5	4
67	4	4	4	5	4
68	4	4	4	5	4
69	4	4	4	5	5
70	4	4	4	4	4
71	4	4	4	4	4
72	5	4	4	4	4
73	4	4	4	4	4
74	4	4	4	4	4
75	4	4	4	4	4
76	4	3	3	3	5
77	4	4	4	4	4
78	4	5	4	5	5
79	3	5	5	5	5
80	3	4	4	4	4
81	5	5	5	5	5
82	5	5	5	5	5
83	4	5	5	5	5
84	4	4	4	4	4
85	4	4	4	5	4
86	5	5	5	5	5
87	4	4	4	4	4
88	4	5	4	5	5

89	4	4	4	5	4
90	3	4	4	4	5
91	4	4	3	5	5
92	3	4	3	5	5
93	4	4	3	4	4
94	5	2	2	5	5
95	4	4	4	4	4
96	4	4	4	5	5
97	5	5	5	5	5
98	4	5	4	4	5
99	4	3	4	5	5
100	5	5	4	4	4
101	4	4	4	4	4



3. Kepercayaan (X3)

No	Kepercayaan (X3)				
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5
1	4	4	4	4	4
2	4	4	4	4	4
3	4	4	4	4	4
4	4	5	5	4	5
5	4	4	4	4	4
6	4	4	4	4	4
7	4	4	4	4	4
8	4	4	4	5	4
9	4	4	4	4	4
10	5	4	4	4	4
11	5	5	5	5	5
12	4	4	5	4	4
13	5	5	5	5	4
14	5	5	5	4	5
15	5	5	5	5	5
16	4	4	4	4	4
17	4	5	5	5	3
18	5	5	5	5	5
19	4	4	4	4	4
20	4	4	4	4	4
21	3	3	3	3	3
22	5	5	5	5	5
23	5	5	5	5	5
24	5	5	5	5	5
25	5	5	5	5	5
26	5	5	5	5	5
27	5	5	5	5	5
28	5	5	5	5	5
29	5	5	5	5	5
30	5	5	5	5	5

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

64	4	4	4	4	4
65	4	4	4	4	4
66	5	4	4	4	4
67	4	3	3	3	3
68	4	3	2	3	4
69	4	3	4	4	4
70	4	4	4	4	4
71	4	4	4	4	4
72	4	4	4	4	4
73	4	4	4	4	4
74	4	4	4	4	4
75	4	4	4	4	4
76	2	3	3	3	3
77	4	4	4	4	4
78	5	4	5	5	4
79	4	4	4	4	4
80	4	4	4	4	4
81	5	5	5	5	5
82	5	5	5	5	5
83	5	4	5	5	5
84	4	4	4	4	4
85	4	4	4	4	4
86	5	5	5	5	5
87	4	4	4	4	4
88	4	4	5	4	4
89	4	4	4	4	4
90	4	4	4	4	4
91	4	4	3	3	4
92	3	4	4	3	4
93	3	3	4	4	3
94	2	3	4	3	4
95	4	4	4	4	4
96	4	4	3	4	4

97	5	5	5	5	5
98	4	5	4	4	4
99	4	4	4	4	3
100	4	5	4	4	4
101	4	4	4	4	4

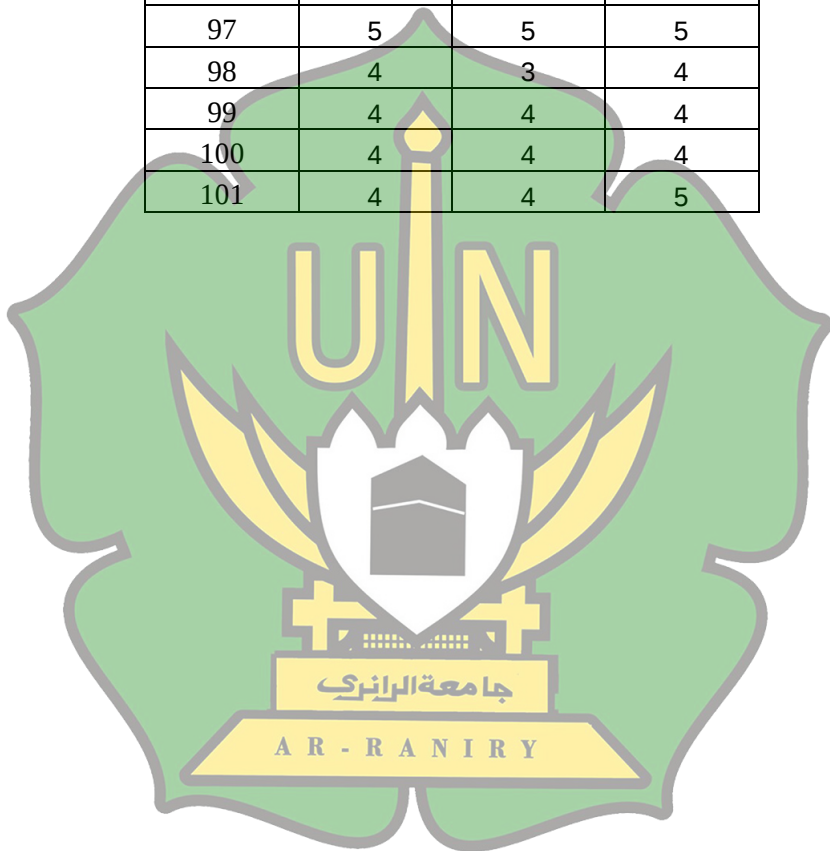
4. Kepuasan Nasabah (Y)

No	Kepercayaan (X3)		
	X1.1	X1.2	X1.3
1	4	4	5
2	4	4	4
3	4	4	4
4	4	4	4
5	4	4	4
6	4	4	4
7	4	4	4
8	4	5	4
9	4	4	5
10	4	4	4
11	5	4	4
12	4	4	4
13	5	4	5
14	5	5	5
15	5	5	5
16	4	4	4
17	4	5	4
18	5	5	5
19	4	4	4
20	5	4	4
21	4	4	4
22	5	5	5
23	5	5	5
24	5	5	5

25	5	5	5
26	5	5	5
27	5	5	5
28	5	5	5
29	5	5	5
30	5	5	5
31	4	4	4
32	4	4	4
33	4	4	4
34	5	5	5
35	4	4	4
36	5	5	5
37	5	5	5
38	5	5	5
39	5	5	5
40	5	5	5
41	5	5	5
42	5	5	5
43	5	5	5
44	5	5	5
45	4	4	4
46	4	5	4
47	5	4	4
48	5	5	4
49	4	4	5
50	5	4	5
51	4	5	4
52	5	4	4
53	4	5	5
54	4	4	4
55	4	4	4
56	4	4	4
57	4	4	4

58	5	5	5
59	4	4	4
60	4	4	4
61	4	4	4
62	4	4	4
63	4	4	4
64	4	4	4
65	5	5	5
66	4	4	4
67	3	3	3
68	5	4	4
69	4	4	4
70	4	4	4
71	4	4	4
72	4	5	4
73	4	4	4
74	4	4	4
75	4	4	4
76	2	4	2
77	4	4	4
78	4	5	5
79	4	4	4
80	4	4	4
81	5	5	5
82	5	5	5
83	4	5	5
84	4	4	4
85	4	4	4
86	5	5	5
87	4	4	4
88	4	5	4
89	4	4	4
90	4	4	4

91	3	3	3
92	4	4	4
93	4	4	4
94	5	4	5
95	4	4	4
96	4	4	4
97	5	5	5
98	4	3	4
99	4	4	4
100	4	4	4
101	4	4	5



LAMPIRAN

Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	TOT AL_X 1
X1.1	Pearson Correlation	1	.791**	.676**	.746**	.731**	.778**	.595**	.612**	.864**
	Sig. (2- tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.791**	1	.738**	.670**	.620**	.764**	.646**	.603**	.850**
	Sig. (2- tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.676**	.738**	1	.576**	.676**	.759**	.740**	.651**	.855**
	Sig. (2- tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.746**	.670**	.576**	1	.713**	.734**	.602**	.747**	.842**
	Sig. (2- tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

X1.5	Pearson Correlation	.731 **	.620 **	.676 **	.713 **	1	.792 **	.658 **	.659 **	.857**
	Sig. (2- tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.6	Pearson Correlation	.778 **	.764 **	.759 **	.734 **	.792 **	1	.746 **	.666 **	.908**
	Sig. (2- tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.7	Pearson Correlation	.595 **	.646 **	.740 **	.602 **	.658 **	.746 **	1	.722 **	.831**
	Sig. (2- tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.8	Pearson Correlation	.612 **	.603 **	.651 **	.747 **	.659 **	.666 **	.722 **	1	.832**
	Sig. (2- tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL_X1	Pearson Correlation	.864 **	.850 **	.855 **	.842 **	.857 **	.908 **	.831 **	.832 **	1
	Sig. (2- tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

Hasil Uji Validitas Religiusitas

		Correlations					
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	TOTAL X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.457**	.580**	.394**	.439**	.756**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.457**	1	.713**	.451**	.437**	.798**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.580**	.713**	1	.478**	.440**	.848**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.394**	.451**	.478**	1	.531**	.719**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	.439**	.437**	.440**	.531**	1	.727**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
TOTAL _X2	Pearson Correlation	.756**	.798**	.848**	.719**	.727**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

Hasil Uji Validitas Kepercayaan

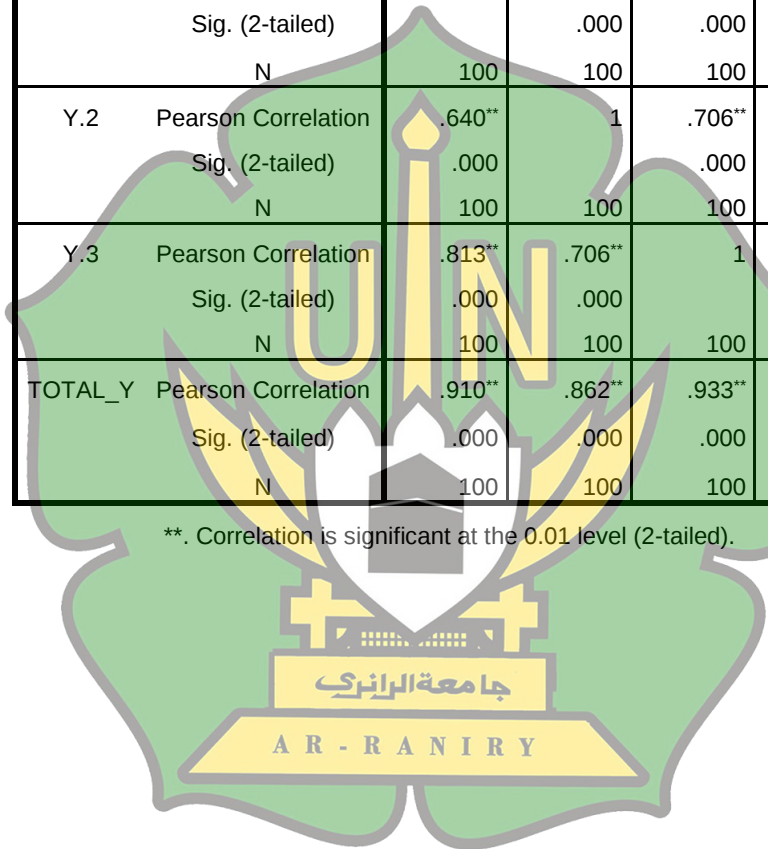
Correlations							
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	TOTAL X3
X3.1	Pearson Correlation	1	.763**	.717**	.793**	.724**	.891**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.763**	1	.770**	.765**	.743**	.898**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.717**	.770**	1	.823**	.732**	.902**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	.793**	.765**	.823**	1	.751**	.920**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.5	Pearson Correlation	.724**	.743**	.732**	.751**	1	.877**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
TOTAL _X3	Pearson Correlation	.891**	.898**	.902**	.920**	.877**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

Hasil Uji Validitas Kepercayaan Nasabah

		Correlations			
		Y.1	Y.2	Y.3	TOTAL_Y
Y.1	Pearson Correlation	1	.640**	.813**	.910**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
Y.2	Pearson Correlation	.640**	1	.706**	.862**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
Y.3	Pearson Correlation	.813**	.706**	1	.933**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
TOTAL_Y	Pearson Correlation	.910**	.862**	.933**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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



Hasil uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.945	8

Hasil Uji Reliabilitas Regiliusitas

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.829	5

Hasil Uji Reliabilitas Kepercayaan

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.940	5

Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Nasabah

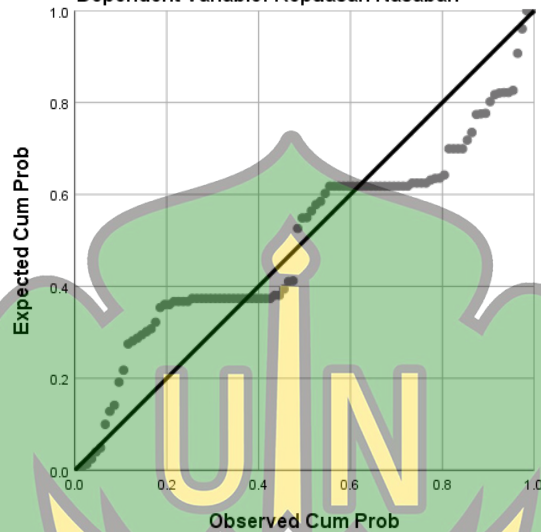
Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.886	3

Hasil Uji Normalitas P-Plot

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: Kepuasan Nasabah



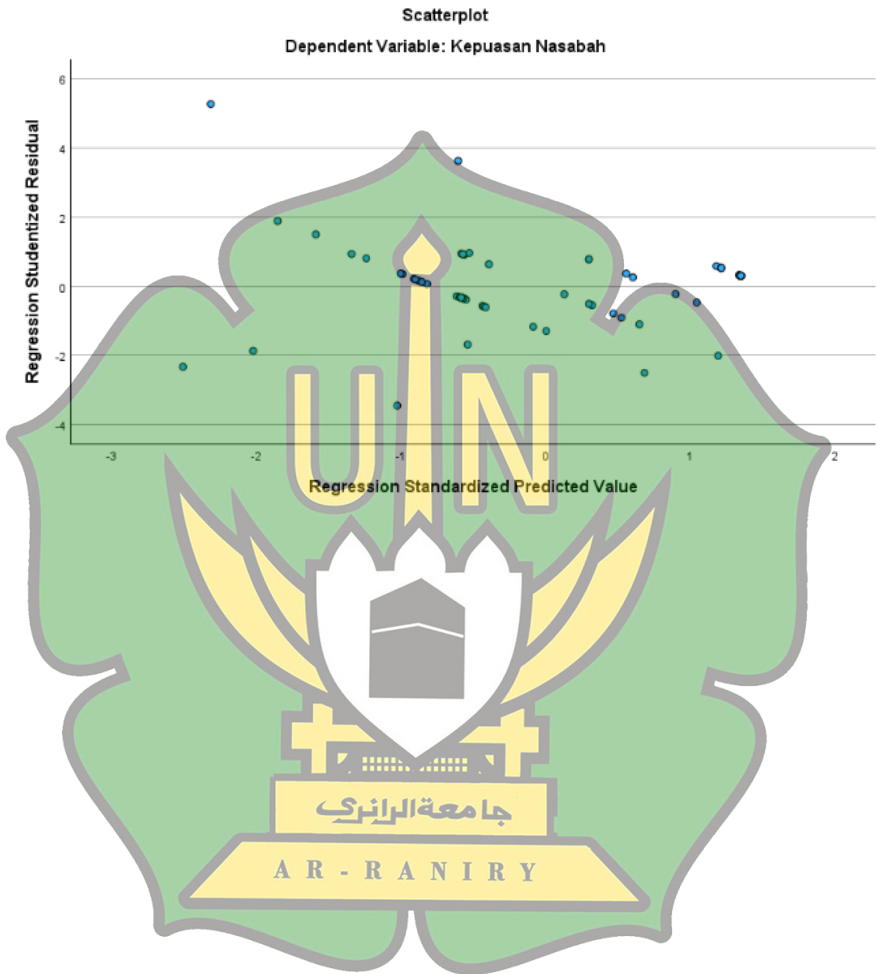
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance VIF
1	(Constant)	2.227	.771		2.890	.005	
	Kualitas Pelayanan	.176	.037	.488	4.791	.000	.267 3.745
	Religiusitas	.014	.065	.022	.216	.830	.275 3.631
	Kepercayaan	.206	.061	.385	3.364	.001	.211 4.742

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Hasil Uji Heteroskedasitas



Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.857 ^a	.734	.726	.79265

Hasil Uji T Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients B	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1 (Constant)	2.227		2.890	.005
Kualitas Pelayanan	.176	.448	4.791	.000
Religiusitas	0.14	.022	.216	.830
Kepercayaan	.206	.385	3.364	.001

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Hasil Uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	166.674	3	55.558	88.426	.000 ^b
Residual	60.316	96	.628		
Total	226.990	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

b. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Religiusitas, Kualitas Pelayanan