

SKRIPSI

PENGARUH LAYANAN ANJUNGAN TUNAI MANDIRI (ATM) TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA BANK SYARIAH MANDIRI CABANG BANDA ACEH



Disusun Oleh:

**Nurul Husna
NIM. 140603191**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2019 M / 1440 H**



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH**

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Situs : www.uin-arraniry-web.id/fakultas-ekonomi-dan-bisnis

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan di bawah ini

Nama : Nurul Husna
NIM : 140603191
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan SKRIPSI ini, saya:

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

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat 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, 06 Februari 2019
Yang Menyatakan



Nurul Husna
NIM.140603191

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

SKRIPSI

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

Dengan Judul:

**Pengaruh Layanan Anjungan Tunai Mandiri (ATM) Terhadap
Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Cabang
Banda Aceh**

Disusun Oleh:

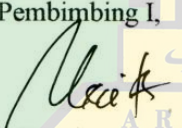
Nurul Husna

NIM: 140603191

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

Pembimbing I,

Pembimbing II,


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


T. Dahrul Azmi, SE.,MBA

Mengetahui Ketua
Program Studi Perbankan Syariah


Dr. Israk Ahmad Syah, B.Ec., M.Ec., M.Sc
NIP. 19720907 200003 1 001

LEMBAR PENGESAHAN HASIL SIDANG

SKRIPSI

Nurul Husna
NIM: 140603191

Dengan Judul:

**Pengaruh Layanan Anjungan Tunai Mandiri (ATM) Terhadap
Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Banda Aceh**

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

Pada Hari/Tanggal Rabu : 06 Februari 2019
1 jumadil Awal 1440 H

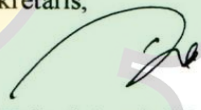
Banda Aceh
Tim Penilai Seminar Hasil Skripsi

Ketua,



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

Sekretaris,



T. Dahrul Azmi, SE.,MBA

Penguji I,



Dr. Hafas Furqani, M. Ec
NIP. 198006252009011009

Penguji II,

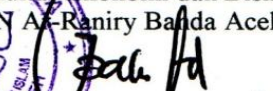


Eliana, SE., M.Si

Mengetahui

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




Dr. Zaki Fuad, M. Ag
NIP. 19640141992031003



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

Jl. Syekh AbdurRauf 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 bertandatangan di bawah ini:

Nama : NurulHusna

NIM : 140603191

Fakultas/Program Studi : EkonomidanBisnis Islam/PerbankanSyariah

Email : nurulhusnah472@gmail.com

Demi pengembanganilmupengetahuan, menyetujuiuntukmemberikankepadaUPT PerpustakaanUniversitas Islam Negeri (UIN)Ar-Raniry Banda Aceh, HakBebasRoyalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalti-Free Right*) ataskaryailmiah:

☐

Tugas Akhir

☐

KKU

☒

Skripsi

☐

.....

Yang berjudul: Pengaruh Layanan Anjungan Tunai Mandiri (ATM) Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Banda Aceh. Beserta perangkat yang diperlukan. Dengan Hak Bebas Royalti 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 saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh

PadaTanggal : 06 Februari 2019

Penulis

Nurul Husna

Mengetahui,
Pembimbing I

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

Pembimbing II

T. Dahrul Azmi, SE.,MM

LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Lakukan sesuatu karena Allah dan di jalan-Nya”

(Penulis)

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا قِيلَ لَكُمْ تَفَسَّحُوا فِي الْمَجَالِسِ فَافْسَحُوا يَفْسَحِ
اللَّهُ لَكُمْ وَإِذَا قِيلَ آنْشُزُوا فَآنْشُزُوا يَرْفَعِ اللَّهُ الَّذِينَ ءَامَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا
الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ ۗ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ ﴿١١﴾

“Wahai orang-orang beriman! Apabila dikatakan kepadamu, "Berilah kelapangan di dalam majelis-majelis," maka lapangkanlah, niscaya Allah akan memberi kelapangan untukmu. Dan apabila dikatakan, "Berdirilah kamu", maka berdirilah, niscaya Allah akan mengangkat orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat. Dan Allah Maha Teliti terhadap apa yang kamu kerjakan.”

(QS. Al-Mujadalah [58]: 11).

Skripsi ini kupersembahkan untuk kedua surgaku, Ayah dan Mamaku serta keluarga tercinta yang selalu menjadi tempat ternyaman untuk pulang. Untuk orang-orang yang kusayangi, dan untuk seluruh pejuang pendidikan yang akan menjadi Ayah generasi ummat dan Ibu peradaban.

KATA PENGANTAR



Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul ***“Pengaruh Layanan Automatic Teller Machine (Atm) Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Banda Aceh”***. Shalawat serta salam penulis sanjungkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa kehidupan manusia lebih bermakna dan berilmu pengetahuan.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan untuk memperoleh gelar sarjana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.

Dalam penelitian dan penulisan skripsi ini, penulis memperoleh banyak bimbingan, arahan, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan penghargaan dan rasa hormat dan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Warul Walidin, A.K., M.A selaku Rektor UIN Ar-Raniry Banda Aceh
2. Dr. Zaki Fuad, M., Agselaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
3. Israk Ahmadsyah B.Ec., M.Ec., M.Sc selaku ketua Program Studi Perbankan Syariah, Ayumiati SE., M.Si selaku Sekretaris Program Studi Perbankan Syariah,

- serta Mukhlis SH.I., SE., M.H selaku Operator Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh, yang
4. Muhammad Arifin, Ph.D selaku ketua Lab Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah banyak membantu dalam penulisan skripsi ini.
 5. Dr. Nevi Hasnita, S.Ag.,M.Ag sebagai dosen pembimbing I, sekaligus menjadi Penasehat Akademik dan T. Dharul Azmi, SE.,MBA sebagai pembimbing II saya yang telah memberikan bimbingan, motivasi dan ilmu pengetahuan sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
 6. Dr. Hafas Furqani, M. Ec, selaku penguji I dan Eliana SE, M.Si, selaku penguji II dalam sidang Munaqasyah skripsi.
 7. Pimpinan PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Banda Aceh, karyawan serta seluruh nasabah PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Banda Aceh yang telah memberikan kemudahan dalam proses pengumpulan data untuk menyusun skripsi ini
 8. Ayahanda tercinta M. Kasem dan Ibunda tercinta Juairiah, beserta kak Rika Sara Apriliana, adik saya Firdaus, Aina Nur Afifah dan Maulana Riski dan kepada kakak sepupu saya Rahmi Romar yang telah memberikan doa, kasih sayang, perhatian, arahan,

dukungan dan motivasi sehingga penulis bersemangat dalam menyelesaikan skripsi ini.

9. Kepada sahabat terbaik selama ini, Ulfa, Devi, Laily, Inas, Yanti, Listya, Luwes, Maya, Tina. Terima kasih atas perhatian, semangat dan motivasi yang telah kalian berikan selama ini, kepada Sahabat SMA hingga sekarang dan seterusnya Zaira, Tarmiji dan Gezi yang telah memberikan perhatian, hiburan dan motivasi selama ini, juga kepada Teja Shalamullah, Deby Rina Amalia yang telah memberikan semangat, do'a,

Semoga segala doa, bantuan, motivasi, saran dan arahan yang diberikan dapat menjadi amalan baik sehingga memperoleh balasan baik dari Allah SWT. Penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran agar skripsi ini dapat menjadi lebih baik dan bermanfaat.

Akhir kata, penulis mengharapkan skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan dapat menjadi sumbangan bagi perkembangan akademik.

Banda Aceh, 6 Febuari 2019
Penulis,

Nurul Husna

TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K
Nomor:158 Tahun1987–Nomor:0543 b/u/1987

1. Konsonan

No	Arab	Latin	No	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ط	Ṭ
2	ب	B	17	ظ	Ẓ
3	ت	T	18	ع	‘
4	ث	S	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	Ḥ	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Ẓ	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H
13	ش	Sy	28	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>Fatḥah</i>	A
ِ	<i>Kasrah</i>	I
ُ	<i>Dammah</i>	U

b. Vokal Rangkap

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

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

Contoh:

كيف : *kaifa*

هول : *haula*

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>Fatḥah</i> dan <i>alif</i> atau ya	Ā
يِ	<i>Kasrah</i> dan ya	Ī
يُ	<i>Dammah</i> dan wau	Ū

Contoh:

قَالَ :*qāla*

رَمَى :*ramā*

قِيلَ :*qīla*

يَقُولُ :*yaqūlu*

4. *Ta Marbutah* (ة)

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

- Ta marbutah* (ة) hidup
Ta marbutah (ة) hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah t.
- Ta marbutah* (ة) mati
Ta marbutah (ة) yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.
- Jika 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/ rauḍatul atfāl*

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

طَلْحَةُ : *Ṭal ḥah*

Catatan:

Modifikasi

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

جامعة الرانيري
A R - R A N I R Y

ABSTRAK

Nam : Nurul Husna
NIM : 140603191
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Perbankan Syariah
Judul : Pengaruh Layanan Anjungan Tunai Mandiri (ATM) Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Banda Aceh
Tanggal Sidang : 6 Febuari 2019
Tebal Skripsi : 115 Halaman
Pembimbing I : Dr. Nevi Hasnita, S.Ag.,M.Ag
Pembimbing II : T. Dahrul Azmi, SE.,MBA

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Layanan Anjungan Tunai Mandiri (ATM) Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Banda Aceh. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh nasabah Bank Syariah Mandiri (BSM) Cabang Banda Aceh. Teknik pengumpulan data menggunakan dengan alat analisis data regresi linear berganda teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner sebanyak 100 nasabah yang telah diuji validitas dan reabilitas. Teknik analisis data yang digunakan untuk menjawab hipotesis penelitian ini analisis regresi linear berganda dengan bantuan software SPSS versi 21.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Secara parsial variabel Layanan Anjungan Tunai Mandiri (ATM) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah dibuktikan dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$; (2) Secara silmutan variabel Layanan Anjungan Tuni Mandiri (ATM) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah dibuktikan dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$; (3) Koefisien determinasi *R-square* menunjukkan angka 0,686. Hal ini merupakan variabel dependen (kepuasan nasabah) dipengaruhi oleh variabel independen (layanan ATM) sebesar 69%, dan sebesar 31% ($100\% - 69\%$) dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak ada dimasukkan dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Layanan ATM, Kepuasan nasabah

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	v
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
HALAMAN TRANSLITERASI	xi
ABSTRAK.....	xiv
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxi
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Sistematika Pembahasan	10
 BAB II LANDASAN TEORI.....	 11
2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1 Pelayanan.....	11
2.1.2 Kualitas Pelayanan	13
2.1.3 <i>Automatic Teller Machine (ATM)</i>	15
2.1.4 Kepuasan Nasabah	19
2.1.5 Jasa Bank.....	24
2.2 Temuan Penelitian Terkait	27
2.3 Kerangka Pikir Penelitian	29
2.4 Pengembangan Hipotesis	29

BAB III METODE PENELITIAN.....	31
3.1 Jenis Penelitian.....	31
Pendekatan Penelitian	31
3.2 Data dan Teknik Pemerolehannya	32
3.2.1 Jenis Data.....	32
3.2.2 Populasi dan Metode Pengambilan Sampel.....	32
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.4 Skala Pengukuran.....	34
3.5 Variabel Penelitian.....	35
3.6 Metode Analisis Data.....	36
3.6.1 Uji Instrumen Penelitian	37
3.6.1.1 Uji Validitas.....	37
3.6.1.2 Uji Reabilitas	38
3.6.2 Uji Asumsi Klasik	39
3.6.2.1 Uji Normalitas	39
3.6.2.2 Uji Heteroskedastisitas	40
3.6.2.3 Uji Multikolinieritas	40
3.6.3 Regresi Linear Berganda.....	41
3.7 Hipotesis.....	42
3.8 Uji F.	43
3.9 Koefisien Determinasi (R^2).....	43
BAB IV PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	44
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	44
4.1.1 Sejarah Bank Syariah Mandiri	44
4.1.2 Visi dan Misi Bank SyariahMandir	46
4.1.3 Stuktur Organisasi Bank Syariah Mandiri	47
4.2 Karakteristik Responden	48
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	48
4.3 Analisis Deskriptif Kuantitatif	52
4.4 Analisis Frekuensi Persepsi Responden.....	53
4.4.1 Distribusi Jawaban Responden(Nasabah) Terhadap Layanan <i>Automatic Teller Machine</i> (ATM), Indikator Layanan ATM (X)	54
4.4.2 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Kepuasan (Y)	62

4.5 Hasil Uji Validitas.....	64
4.6 Hasil Uji Reliabilitas.....	65
4.7 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	67
4.7.1 Uji Normalitas.....	67
4.7.2 Uji Herterokedatistas.....	68
4.7.3 Uji Multikolinearitas	69
4.8 Hasil Regresi Linier Berganda	70
4.9 Uji Determinasi	72
4.10 Hasil Pengujian Hipotesis	73
4.11 Uji T (Uji Parsial).....	73
4.12 Uji F (Uji Simultan)	75
4.13 Interpretasi hasil penelitian	76
4.13.1 Pengaruh <i>Tangibles</i> , <i>Reliability</i> , <i>Responsiveness</i> , <i>Assurance</i> , dan <i>Emphaty</i> terhadap Kepuasan	76
4.13.2 Pengaruh <i>Tangibles</i> terhadap Kepuasan	77
4.13.3 Pengaruh <i>Reliability</i> terhadap Kepuasan	77
4.13.4 Pengaruh <i>Responsiveness</i> terhadap Kepuasan ...	77
4.13.5 Pengaruh <i>Assurance</i> terhadap Kepuasan	78
4.13.6 Pengaruh <i>Emphaty</i> terhadap Kepuasan	78
BAB V PENUTUP	79
5.1 Kesimpulan	79
5.2 Saran.....	79
DAFTAR PUSTAKA	81

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Akses Jaringan BSM.....	6
Tabel 1.2	Tarif Penggunaan ATM Mandiri Konvensional	6
Tabel 2.1	Temuan Peneliti Terkait	27
Tabel 3.1	Instrumen Skala Likert	35
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	49
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	50
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Lamanya Menjadi Nasabah.....	51
Tabel 4.5	Statistik Deskriptif	52
Tabel 4.6	Interpretasi Nilai Rata-rata Tanggapan Responden	53
Tabel 4.7	Statistik Deskriptif Persepsi Responden terhadap <i>Tangibles</i>	54
Tabel 4.8	Statistik Deskriptif Persepsi Responden terhadap <i>Reliability</i>	56
Tabel 4.9	Statistik Deskriptif Persepsi Responden terhadap <i>Responsiveness</i>	57
Tabel 4.10	Statistik Deskriptif Persepsi Responden terhadap <i>Assurance</i>	59
Tabel 4.11	Statistik Deskriptif Persepsi Responden terhadap <i>Emphaty</i>	60
Tabel 4.12	Statistik Deskriptif Persepsi Responden terhadap Kepuasan (Y).....	62
Tabel 4.13	Hasil Uji Validitas Variabel X	64
Tabel 4.14	Hasil Uji Validitas Variabel Y	65
Tabel 4.15	Hasil Uji Reabilitas	66
Tabel 4.16	Hasil Uji Normalitas/Uji Kolmogorov-Smirnov	67
Tabel 4.17	Uji Multikolinearitas	69
Tabel 4.18	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	70
Tabel 4.19	Hasil Uji Determinasi	72
Tabel 4.20	Hasil Uji Parsial	73
Tabel 4.21	Hasil Uji Simultan	75

DAFTAR GAMBAR

Grafik 1.3	Jumlah Nasabah Pengguna ATM Tahun 2014-2017	7
Gambar 2.1	Bagan Kerangka Pemikiran.....	29
Gambar 4.1	Stuktur Organisasi Bank Syariah Mandiri	47
Grafik 4.1	Pengujian Heteroskedastisitas.....	68



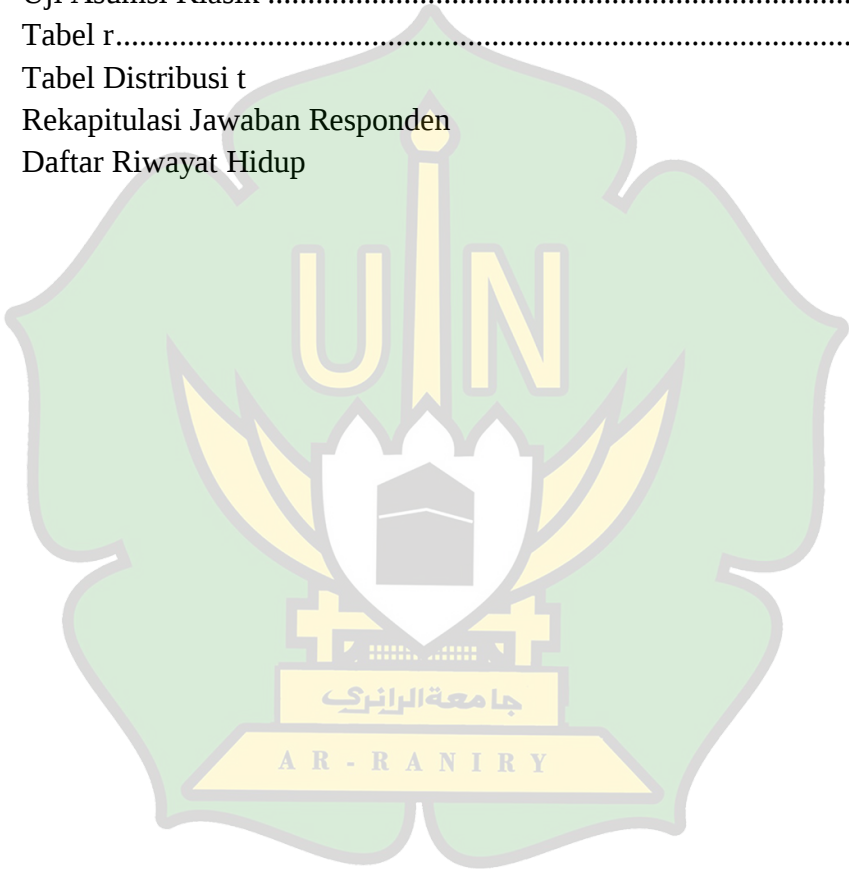
DAFTAR SINGKATAN

ATM	: Anjungan Tunai Mandiri
PIN	: <i>Personal Indentification Number</i>
UU	: Undang-Undang



DAFTAR LAMPIRAN

Kuesioner.....	85
Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	90
Analisis Regresi Linear Berganda	96
Uji Asumsi Klasik	97
Tabel r.....	99
Tabel Distribusi t	
Rekapitulasi Jawaban Responden	
Daftar Riwayat Hidup	



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perbankan adalah satu lembaga yang melaksanakan tiga fungsi utama, yaitu menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk titipan dan investasi, menyalurkan kembali dana kepada masyarakat bagi yang membutuhkan, juga memberikan pelayanan dalam bentuk jasa perbankan syariah (Ismail, 2014). Dengan demikian bank sebagai suatu badan yang berfungsi sebagai perantara keuangan (*financial intermediary*) dari dua pihak, yaitu pihak yang kelebihan dana (*surplus unit*) dan pihak yang kekurangan dana (*deficit unit*) (Hardiyoko, 2009).

Perkembangan dan perubahan global dalam bidang teknologi informasi, komunikasi dan kemajuan perekonomian dapat mempengaruhi kehidupan masyarakat. Peningkatan status sosial dan ekonomi masyarakat berakibat pada perubahan perilaku dan gaya hidup mereka. Perubahan tersebut pada akhirnya mempengaruhi selera kepuasan terhadap suatu produk dan jasa, demikian juga terjadi pada industri perbankan syariah (Hilmi, 2012).

Bank dituntut harus semakin inovatif dalam mengembangkan produk dan jasanya agar dapat memenuhi kebutuhan, menciptakan kepuasan dan dapat memberikan pelayanan yang baik bagi nasabah atau pelanggan. Menurut Kotler (2002) kepuasan pelanggan adalah

perasaan senang atau kecewa pelanggan yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan jasa. Jika kinerja tersebut berada dibawah harapan pelanggan, maka pelanggan tersebut merasa dikecewakan, jika memenuhi harapan maka pelanggan tersebut akan merasa puas. Harapan pelanggan dapat dibentuk oleh pengalaman masa lampau, baik dari komentar kerabatnya serta janji dan informasi pemasar dengan pesaingannya. Pelanggan yang puas akan setia dan loyal terhadap layanan yang diberikan oleh pihak bank (Dahlan, 2009).

Tingkat kepuasan atau ketidakpuasan ini juga akan dipengaruhi oleh evaluasi konsumen, evaluasi dilakukan berdasarkan penilaian keseluruhan antara apa yang diterima, dialami, dan dibandingkan dengan yang diharapkan. Kepuasan nasabah mencakup perbedaan antara tingkat kepentingan dan kinerja atau hasil yang dirasakan (Andriani, 2015). Pada dasarnya kepuasan nasabah ialah perasaan nasabah yang merupakan hasil dari evaluasi setelah membandingkan apa yang dirasakan dengan harapan yang diinginkan.

Perbankan adalah bisnis jasa yang berdasarkan pada asas kepercayaan sehingga masalah kualitas layanan menjadi faktor yang sangat menentukan dalam keberhasilan usaha. Kualitas layanan merupakan bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*expected service*) (Kotler, 2000).

Fakta empiris menunjukkan bahwa setiap bank melakukan peningkatan kualitas layanan baik yang terkait dengan jaminan resiko nasabah, maupun kemudahan-kemudahan pelayanan dan fitur-fitur untuk menciptakan kenyamanan nasabah, seperti kemudahan dalam bertransaksi dengan memanfaatkan teknologi informasi dalam proses transaksinya, seperti: *Automatic Teller Machine (ATM)*, *Mobile Banking*, *Internet Banking*, *Credit Card*, *Debit Card* dan lain-lain (Putra, 2016).

Salah satu upaya yang dilakukan oleh bank dalam rangka mengoptimalkan pelayanan yaitu dengan tersediannya fasilitas layanan Anjungan Tunai Mandiri (ATM) atau *Automatic Teller Machnie*, hakikatnya adalah piranti bank berskala mini yang dioprasikan dengan sistemik, mengandalkan teknologi komputasi dan teknologi komunikasi nirkabel yang memungkinkan nasabah mendapat layanan teller secara otomatis, meskipun tanpa teller manusia. Keberadaan ATM tentu saja sangat membantu dan memudahkan nasabah dalam melakukan aktivitas keuangan berbasis bank, sehingga banyak aktivitas dapat dilakukan tanpa kendala waktu, karena ATM dapat melayani nasabah dalam waktu 24 jam sehari, sehingga tidak ada aktivitas ekonomi yang menghambat dengan jam kerja dan lainnya (Putra, 2016).

Perbankan harus memperhatikan serta mempertimbangkan kepuasan nasabah, pelayanan bank selayaknya perlu ditingkatkan karena saat nasabah tidak puas terhadap sebuah produk dan jasa, mereka akan beralih ke penyedia jasa lainnya, semakin menambah

biaya bank untuk mencari nasabah baru karena biaya mendapatkan nasabah baru jauh lebih besar daripada menjaga nasabah atau mempertahankan nasabah yang ada (Kotler, 2002). Oleh karena itu kepuasan nasabah dalam hal menggunakan layanan jasa bank terutama ATM perlu menjadi perhatian manajemen bank.

Masalah yang dihadapi oleh perbankan saat itu adalah belum mampu memberikan kepuasan maksimal yang diharapkan oleh nasabah, ketidakpuasan tersebut berasal dari pelayanan yang kurang berkualitas (Syaipullah, 2011). Langkah awal yang perlu dilakukan oleh bank adalah mengukur tingkat kualitas layanan yang telah diberikan, untuk mengetahui persepsi nasabah. Setelah persepsi nasabah terpenuhi sesuai dengan harapan, nasabah akan merasa puas dan sebaliknya jika persepsi nasabah terhadap pelayanan dengan hasilnya tidak memenuhi harapan, maka resiko yang dihadapi oleh bank adalah akan kehilangan nasabah tersebut, seperti nasabah akan menutup rekening atau membiarkan rekeningnya mati (*dormant*) secara otomatis, ditutup oleh sistem, dan berpindah ke bank lainnya yang akan berdampak buruk bagi perbankan (Farisanu, 2014).

Bank Syariah Mandiri (BSM) merupakan sebuah industri jasa yang menyediakan pelayanan untuk menghimpun dana masyarakat dalam bentuk tabungan, deposito dan lain-lain serta memberikan kredit pembiayaan kepada masyarakat. Jenis-jenis pelayanan perbankan yang berkenaan langsung dengan nasabah pada Bank Syariah Mandiri adalah kegiatan yang terjadi di banking hall,

seperti pelayanan *teller*, *customer service*, hingga tersedia infrastruktur pelayanan-pelayanan lainnya (Hilmi, 2006). Harmonisasi *idealisme* usaha dan nilai-nilai spiritual merupakan salah satu keunggulan Bank Syariah Mandiri dalam kiprahnya di perbankan Indonesia (www.syariahamandiri.co.id).

Berdasarkan data awal diwilayah Aceh, Bank Mandiri memiliki 112 *Automatic Teller Machine* (ATM) atau sering disebut dengan Anjungan Tunai Mandiri di seluruh Aceh. Dimana dari jumlah tersebut tersedia sebanyak 102 unit ATM tunai, ATM non tunai sebanyak 5 unit, setoran tunai sebanyak 4 unit dan satu unit mandiri mobile. Pada tahun 2014 Bank Mandiri menambahkan sebanyak 20 unit ATM (www.aceh.tribunnews.com). Di Banda Aceh pembagian ATM Bank Syariah Mandiri sebanyak 16 unit mesin ATM dalam tujuh lokasi yang telah disediakan, diantaranya di Jl. Dipenegoro No. 6, Banda Aceh tersedia 3 unit ATM Bank Syariah Mandiri. Jl. Mulia No.17 Neusu Aceh – Banda Aceh, tersedia 1 unit ATM Bank Syariah Mandiri. Jl.T. Nyak Arif No. 376.Komplema Darussalam tersedia 2 unit ATM Bank Syariah Mandiri.Kawasan kampus Falkultas Ekonomi Unsyiah, Darussalam tersedia 1 unit ATM Bank Syariah Mandiri PP Universitas Syiah Kuala.Jl.T. Iskandar No.333 A-B, Lam Glumpang. Jl. Banda Aceh – Medan, Lambaro tersedia 2 unit ATM Bank Syariah Mandiri, UleKareng tersedia 1 unit ATM Bank Syariah Mandiri. Jl.T. Cut Meutia No.25, Jeulingke, Syiah Kuala, tersedia 1 unit ATM Bank Syariah Mandiri.

Tabel 1.1
Jumlah Akses Jaringan BSM

Tahun	Jumlah ATM	Jaringan ATM
2016	996 Unit	100.000

Sumber: www.syariahamandiri.co.id

Tersedianya penempatan ATM Bank Syariah Mandiri masih dirasa cukup minim diwilayah Banda Aceh dibandingkan ATM Bank Mandiri konvensional, walaupun ATM Bank Mandiri konvensional bisa juga digunakan oleh nasabah yang pemilik kartu ATM Mandiri Syariah, akan tetapi dalam transaksi penggunaan ATM Bank Konvensional Mandiri akan dikenakan biaya, dapat dilihat dalam tabel 1.2 berikut ini :

Tabel 1.2
Tarif Penggunaan ATM Mandiri Konvensional

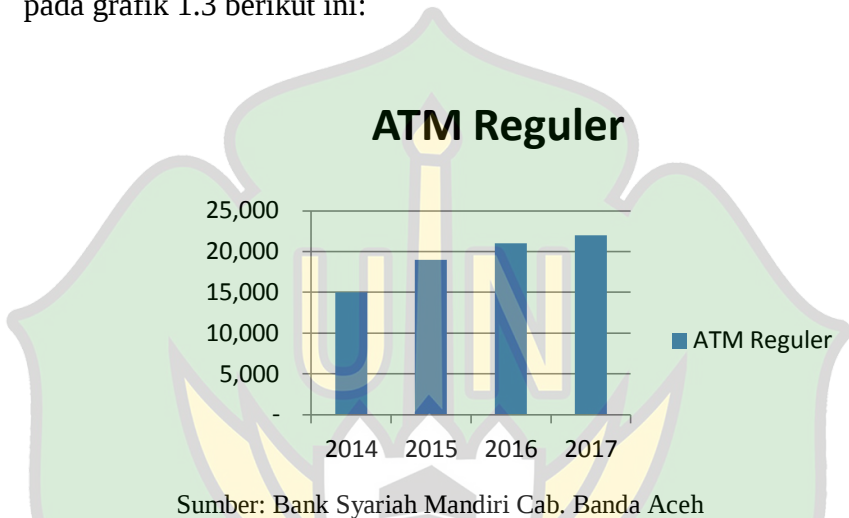
No	Keterangan	Tarif Admintrasi
1.	Cek Saldo	Rp. 2000
2.	Tarik Tunai	-
3.	Ganti Pin	-
4.	Tranfer ke Mandiri	Rp. 2000
5.	Pembayaran Kartu Kredit	Rp. 2000
6.	Pembayaran Tagihan PLN	Rp. 2000
7.	Isi Ulang Pulsa	Rp. 2000

Sumber: www.syariahamandiri.co.id

Penempatan ATM Bank Syariah Mandiri juga sangat jauh dari jarak pusat kota dan sangat minim dapat ditemukan ATM Bank Syariah Mandiri diwilayah Banda Aceh, bahkan ada beberapa keluhan dari nasabah, meminta layanan atau mesin ATM

ditempatkan yang dapat dijangkau jaraknya oleh nasabah seperti dekat kantor dan rumahnya.

Berikut ini adalah data perkembangan nasabah pengguna kartu ATM dari tahun 2014 sampai dengan tahun 2017 terlihat pada grafik 1.3 berikut ini:



Grafik 1.3
Jumlah Nasabah Pengguna ATM Tahun 2014-2017

Dari grafik 1.3 diatas dapat dijelaskan bahwa pada tahun 2014 jumlah pengguna ATM adalah 15.000 nasabah, pada tahun 2015 jumlah pengguna ATM adalah 19.000 nasabah, pada tahun 2016 jumlah pengguna ATM adalah 21.000 nasabah dan pada tahun 2017 jumlah pengguna ATM adalah 22.000 nasabah. Maka jumlah total nasabah pengguna ATM tahun 2014, 2015, 2016 dan 2017 adalah 77.000 nasabah. Dari jumlah seluruh nasabah BSM 124.000 yang menggunakan kartu ATM Bank Syariah Mandiri adalah 77.000 nasabah. Jadi dapat disimpulkan bahwa dari tahun 2014

hingga tahun 2017 mengalami peningkatan jumlah nasabah yang menggunakan kartu ATM Bank Syariah Mandiri.

Berdasarkan latar belakang diatas penulis ingin meneliti apakah fasilitas ATM Bank Syariah Mandiri mencukupi bagi nasabah yang menggunakan kartu ATM Bank Syariah Mandiri dan dengan fasilitas ATM Bank Syariah Mandiri yang disediakan apakah berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada Bank Mandiri Syariah. Oleh karena itu pada penelitian ini, peneliti lebih fokus pada **“Pengaruh Layanan *Automatic Teller Machine* (ATM) Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Banda Aceh”**.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana pengaruh layanan *Automatic Teller Machine* (ATM) terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Banda Aceh?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

Untuk mengetahui pengaruh layanan *Automatic Teller Machine* (ATM) terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Banda Aceh.

1.4 Manfaat Penelitian

Pada bagian ini peneliti berharap agar penelitian ini bisa memberikan berbagai manfaat diantaranya:

1. Akademisi

penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi serta kontribusi ilmu pengetahuan dalam dunia perbankan khususnya mengenai tingkat kepuasan nasabah terhadap Layanan *Automatic Teller Machine* (ATM) Pada Bank Syariah Mandiri dan dapat digunakan sebagai referensi penelitian selanjutnya dimasa yang akan datang.

2. Praktisi

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan bahan masukan perusahaan PT. Bank Mandiri Syariah Cabang Banda Aceh dalam meningkatkan kepuasan konsumen (nasabah) dan sebagai dasar dalam menciptakan kebijakan selanjutnya. Serta dapat mempertahankan dan meningkatkan kinerja pelayanan pada PT. Bank Mandiri Syariah, sekaligus memperbaiki kekurangan dalam menjalankan bisnis perbankan syariah.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika pembahasan pada penelitian ini terdiri atas:

BAB I Pendahuluan terdiri atas latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II landasan teori yang memuat teori dasar penelitian, temuan penelitian terkait atau yang sudah pernah diteliti, kerangka pemikiran, dan pengembangan hipotesis. Teori dalam proposal ini menjelaskan tentang fasilitas mesin ATM, jenis-jenis ATM, pelayanan, kualitas pelayanan, jasa dan berhubungan dengan kepuasan nasabah terhadap layanan ATM.

BAB III metodologi penelitian berisikan informasi mengenai cara untuk melakukan penelitian. Mencakup jenis penelitian, pendekatan penelitian, tujuan dan arah penelitian. Objek penelitian berisi tentang jumlah populasi dan sampel, jenis dan teknik pengumpulan data, skala pengukuran, serta metode analisis data berupa alat analisis yang digunakan dalam penelitian.

BAB IV hasil dan pembahasan, menjelaskan mengenai hasil penelitian yang telah dilakukan, berisi tentang gambaran objek penelitian, hasil analisis data dan pembahasan.

BAB V penutup yang berisi kesimpulan dan hasil penelitian dan saran yang membangun objek penelitian dari analisis data berdasarkan penelitian yang telah dilakukan.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Pelayanan

Dalam islam juga menjelaskan jika memberikan pelayanan pada suatu usaha atau perusahaan kepada setiap konsumen harus dengan baik, santun dan sesuai dengan aturan. Seperti yang terdapat dalam Al-Qur'an surat Ali Imran ayat 159 yang menyatakan :

فِيمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لَنْتَ لَهُمْ ۖ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ
وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ ۚ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۚ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

Artinya: “Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu Berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu.karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya”.

Sinambela (2010:3) pada dasarnya setiap manusia membutuhkan pelayanan, bahkan dapat dikatakan bahwa pelayanan

tidak dapat dipisahkan dengan kehidupan manusia. Salah satu faktor yang menentukan tingkat keberhasilan dalam perusahaan menurut Lupiyoadi (2006:147) adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.

Menurut Majid (2008: 35) pelayanan adalah suatu tindakan nyata dan segera menolong orang lain (pelanggan, mitra kerja, mitra bisnis dan sebagainya) disertai dengan senyuman yang ramah dan tulus. Pelayanan adalah kunci keberhasilan dalam berbagai usaha atau kegiatan yang bersifat jasa. Perasannya akan lebih besar dan bersifat menentukan manakala dalam kegiatan-kegiatan jasa di masyarakat itu terdapat kompetisi dalam usaha merebut pasaran atau langganan.

Menurut Kotler (2002:83) pelayanan merupakan tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada satu produk fisik. Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri.

Kotler juga mengatakan bahwa perilaku tersebut dapat terjadi pada saat, sebelum dan sesudah terjadinya transaksi, pada umumnya pelayanan yang bertaraf tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi.

Berdasarkan definisi di atas dapat disimpulkan bahwa pelayanan adalah proses pemberian bantuan yang diberikan oleh

seseorang kepada orang lain yang tidak berwujud dan tidak berakibat pada pemilikan sesuatu pada jual beli barang atau jasa sehingga orang tersebut memperoleh sesuatu yang dinginkannya(Hilmi, 2006).

Variabel terikat dari pelayanan ATM, indikator yang dapat dilihat yaitu, kecepatan, ketepatan serta kehandalan dalam penyampaian jasa dan informasi yang jelas.

2.1.2 Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan salah satu hal penting yang harus diperhatikan oleh para manager (perusahaan).Apalagi dengan adanya era globalisasi yang membawa kepada persaingan yang semakin ketat, kemajuan teknologi dan konsumen yang semakin kritis menuntut perusahaan untuk memperhatikan kualitas produk disamping kepuasan. Perusahaan juga harus meningkatkan komitmen dan kesadaran serta kemampuan terutama mereka yang berhubungan langsung dengan konsumen, meskipun sistem dan tehnik kualitas sudah benar tetapi jika orang atau sistem yang digunakan tidak dengan benar, maka kualitas baik yang diharapkan tidak akan terwujud.

Menurut Tjiptono (2005) kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik dan efektif akan meningkatkan kepuasan dan

loyalitas konsumen. Dengan demikian kualitas pelayanan harus benar-benar dikelola secara profesional (Hilmi, 2006).

Adapun tujuan dari manajemen jasa pelayanan adalah untuk mencapai kualitas pelayanan tertentu dimana erat kaitannya bila dihubungkan dengan kepuasan dan loyalitas konsumen. Perusahaan harus memikirkan pentingnya pelayanan pelanggan secara lebih matang melalui kualitas pelayanan, karena kini semakin disadari bahwa pelayanan dan kepuasan pelanggan merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan (Tjiptono, 2005:58).

Dalam Hilmi (2006) pelayanan yang berkualitas akan memberikan kepuasan kepada pelanggan, akan memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan serta adanya rekomendasi kepada orang lain dari mulut ke mulut, sehingga akan tercipta pelanggan baru. Dengan kata lain dapat digambarkan bahwa kualitas pelayanan merupakan aspek yang sangat penting dan menentukan kualitas jasa yang dihasilkan.

Jika pelayanan yang diberikan itu baik dan memuaskan maka akan mempunyai pengaruh positif terhadap kinerja usaha, sebaliknya pelayanan yang diberikan itu baik dan memuaskan maka akan mempunyai pengaruh positif terhadap kinerja usaha dan sebaliknya jika pelayanan yang diberikan kurang memuaskan maka akan berpengaruh negatif terhadap kinerja perusahaan tersebut (Simamora, 2007:223).

2.1.3 *Automatic Teller Machine (ATM)*

ATM adalah komputer yang menyediakan perangkat telekomunikasi dengan pelanggan dari lembaga keuangan dengan akses terhadap transaksi keuangan di ruang publik tanpa perlu adanya teller bank. Mayoritas ATM modern, pelanggan diidentifikasi dengan memasukkan kartu ATM dengan garis *magnetic* atau *smartcard* dengan *chip* yang berisi nomor kartu yang unik dan beberapa keamanan informasi, seperti tanggal kedaluwarsa. Keamanan ATM berwujud nomor PIN (*Personal Identification Number*) yang dimiliki oleh nasabah.

Menurut Ridwan (2011:16) ATM dalam bahasa Inggris dikenal dengan *Automatic Teller Machine*, atau dalam bahasa Indonesia dikenal dengan Anjungan Tunai Mandiri. ATM merupakan alat elektronik yang diberikan oleh bank kepada pemilik rekening yang dapat digunakan untuk bertransaksi secara elektronik seperti mengecek saldo, transfer uang dan juga mengambil uang dari mesin ATM tanpa perlu dilayani teller. Setiap pemegang kartu diberikan PIN (*personal identification number*), atau nomor pribadi yang bersifat rahasia untuk keamanan dalam penggunaan ATM (Syaipullah, 2011).

Automatic Teller Machine (ATM) adalah alat kasir otomatis tanpa menggunakan orang, yang ditempatkan di halaman atau diluar perkarangan bank yang sanggup menyelesaikan pembayaran uang tunai dan menangani transaksi-transaksi keuangan yang lainnya. ATM yang kegiatan kasnya dilakukan secara elektronik

untuk memudahkan nasabah dalam rangka menarik atau menyetor dana secara tunai, melakukan pemindah bukuan dan memperoleh informasi mengenai saldo rekening nasabah.

ATM *Card* adalah kartu keanggotaan ATM yang diberikan oleh bank penerbit kepada nasabahnya, yang didalamnya terdapat identitas bank dan pemegang, serta nomor kartu. Setiap pemegang kartu ATM ini mempunyai satu *Personal Identification Number* (PIN) yang harus dirahasiakan dengan baik sehingga kartu tersebut tidak dapat disalah gunakan oleh orang lain. Keuntungan ATM bagi bank adalah (Hasibuan, 2005):

- 1) Menarik nasabah baru
- 2) Meningkatkan neraca rata-rata
- 3) Mengurangi biaya tenaga kerja
- 4) Menambah pendapatan dari biaya pelayanan ATM
- 5) Fleksibilitas lokasi ATM, dan
- 6) Meningkatkan *customer service*

Kartu ATM adalah salah satu produk dari perbankan yang bergerak dibidang jasa, kartu ini kusus dikeluarkan bank yang akan diberikan kepada pemilik rekening untuk bertransaksi secara elektrolis atas rekening nasabah. Kartu ATM berguna sebagai alat bantu untuk melakukan transaksi dan memperoleh informasi perbankan secara elektronis. Bank Mandiri salah satu bank yang mengeluarkan kartu ATM untuk mempermudah nasabahnya dalam bertransaksi di ATM Mandiri Syariah. Kemanfaatan berbagai

layanan transaksi melalui Mandiri ATM, antara lain adalah (Syaipullah, 2011):

1. Penarikan tunai.
2. Perubahan PIN kartu Mandiri Debit.
3. Cetak mutasi rekening.
4. Pembayaran tagihan rutin (seperti PLN, telepon, hp dan kartu kredit).
5. Pembayaran uang kuliah.
6. Pembelian isi ulang pulsa *handphone*.
7. Pembayaran pembelian tiket *Air-line*.
8. Transfer antar rekening Bank Mandiri.
9. Transfer ke rekening bank lain.
10. Transfer ke kartu debit/kartu kredit Visa (*Visa Money Transfer*).
11. Info saldo tabungan, giro dan rekening pinjaman.
12. Pendaftaran fasilitas e-banking: Mandiri Internet, Mandiri *Call*, Mandiri SMS.
13. Setoran tunai.
14. Pembelanjaan.

Jenis informasi yang tersedia antara lain:

1. Informasi saldo.
2. Informasi kurs.

1. Jenis ATM

Di Bank Syariah Mandiri ada 2 jenis kartu ATM, yaitu kartu ATM Reguler dan *Priority*. Anda dapat memilihnya pada saat pembukaan rekening, dan gunakan sesuai dengan kebutuhan anda karena masing-masing ATM memiliki limit transaksi yang berbeda yaitu: (www.banksyariahmandiri.co.id)

a. ATM Reguler

ATM Reguler adalah berupa layanan biasa saja seperti pada umumnya atau bisa dikatakan keterbalikan dari ATM *priority*. ATM Reguler Bank Syariah Mandiri memiliki limit tertentu dalam setiap transaksi nya yaitu tarik tunai maksimal Rp 5 juta, transfer uang kesesamaBank Syariah Mandiri atau bank lain maksimal Rp 5 juta, segala jenis pembayaran maksimal Rp 5 juta dan transaksi belanja di *electronic data capture* maksimal Rp 5 juta.

b. ATM *Priority*

ATM *Priority* adalah berupa layanan eksklusif bagi nasabah, ATM yang dimiliki oleh nasabah dengan volume transaksi dalam jumlah yang cukup besar di bank, persyaratan masing-masing bank mungkin berbeda. ATM *Priority* Bank Syariah Mandiri memiliki limit tertentu dalam setiap transaksi nya yaitu tarik tunai maksimal Rp 10 juta, transfer uang kesesamaBank Syariah Mandiri atau bank lain maksimal Rp 25 juta, segala jenis pembayaran maksimal Rp 10-25 juta dan transaksi belanja di *electronic data capture* maksimal Rp 10 juta. Dengan menjadi nasabah prioritas akan mendapatkan beberapa keuntungan, misalnya: setoran dijemput,

tidak perlu antri panjang kalau mau melakukan transaksi dan sebagainya.

2.1.4 Kepuasan Nasabah

Kepuasan menurut Kotler dan Keller adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja produk terhadap kinerja yang diharapkan (Andriani, 2015). Menurut (Fandy dan keller, 1997) kepuasan adalah responden pelanggan terhadap evaluasi ketidak sesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya (norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.

Menurut para akademisi, kepuasan pelanggan merupakan konstruk yang berdiri sendiri dan dipengaruhi oleh kualitas layanan (Oliver, 1980). Kualitas layanan juga dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan secara langsung (Zeithaml dkk, 1996) dan mempengaruhi loyalitas pelanggan secara tidak langsung melalui kepuasan (Caruana, 2002). Kualitas layanan mendorong pelanggan untuk komitmen kepada produk dan layanan suatu perusahaan sehingga berdampak kepada peningkatan suatu produk, kualitas layanan sangat penting dalam mempertahankan pelanggan dalam waktu yang lama (Gilbert, 2004).

Tingkat kepuasan atau ketidakpuasan ini juga akan mempengaruhi oleh evaluasi konsumen. evaluasi dilakukan berdasarkan penilaian keseluruhan antara apa yang diterima dan dialami dibandingkan dengan yang diharapkan. Pada dasarnya

kepuasan nasabah mencakup perbedaan antara tingkat kepentingan dan kinerja atau hasil yang dirasakan (Andriani, 2015).

Irwan (2002) menyatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan hal yang sangat penting untuk mencapai keberhasilan dari suatu badan usaha. Karena apabila tetap ingin bertahan atau bahkan memenangkan persaingan perusahaan harus berorientasi pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen. Agar dapat menciptakan kepuasan dari konsumen dari banyaknya pesaing yang berorientasi sama, maka strategi untuk memenangkan pasar salah satunya adalah dengan menerapkan strategi kepuasan konsumen, dimana kepuasan inilah sebagai jembatan terciptanya loyalitas konsumen tersebut.

Dalam menentukan kepuasan ada lima faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan (Lupyoadi, 2001) antara lain:

- a. Kualitas produk, yaitu pelanggan akan merasa puas bila hasil mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
- b. Kualitas pelayanan atau jasa, yaitu pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.
- c. Harga, yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggan.
- d. Biaya, yaitu pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk

mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut dan,

- e. *Service quality*, kepuasan terhadap kualitas pelayanan biasanya sulit ditiru. Kualitas pelayanan merupakan driver yang mempunyai banyak dimensi, salah satunya yang populer adalah SERVQUAL.

Kepuasan nasabah menjadi prioritas untuk mempertahankan dan meningkatkan loyalitas nasabah. Untuk dapat mengukur kualitas layanan (*service quality*) menggunakan lima dimensi SERVQUAL. Kelima dimensi SERVQUAL tersebut menurut Parasuraman, Zeithaml dan Berry dalam Tjiptono (2005:61) adalah:

1. *Tangible*, bukti fisik merupakan kemampuan perusahaan untuk menunjukkan eksistensinya pada pihak eksternal, untuk menjadikan bukti nyata dari sebuah pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Salah satu yang meliputi fasilitas fisik adalah teknologi (peralatan dan perlengkapan yang dipergunakan). Peralatan moderen untuk mempermudah nasabah dalam bertransaksi dan fasilitas yang menarik, seperti fasilitas ruangan mesin ATM yang merupakan indikator dari variabel *tangible*.
2. *Reliability*, kendala merupakan kemampuan perusahaan agar memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang dijanjikan secara akurat dan tepercaya. Indikator variable ini adalah pelayanan yang diberikan sesuai dengan dijanjikan, pelayanan

disediakan sesuai dengan yang diinformasikan dan tambahan biaya admistrasi.

3. *Responsiviness*, ketanggapan dan kegunaan merupakan suatu keinginan untuk membantu dan memberi pelayanan yang cepat (*seponsive*) tepat dan sebaik mungkin pada konsumen. Indikatornya adalah respon petugas pelayanan terhadap keluhan nasabah, respon petugas pelayanan terhadap saran dan kritikan nasabah.
4. *Assurance*, jaminan, kenyamanan atau keyakinan merupakan kemampuan menumbuhkan rasa percaya para konsumenn terhadap perusahaan. Indikator yang dapat dilihat adalah fasilitas ruangan yang mampu memberikan rasa kenyamanan dan aman bagi nasabah.
5. *Emphaty*, empati merupakan akses yang mudah, komunikasi baik serta pemahaman kebutuhan para konsumen. Indikator *emphaty* yang dapat dilihat adalah memahami kebutuhan nasabah atau keinginan nasabah.

Kepuasan nasabah merupakan perasaan dari hasil evaluasi setelah membandingkan apa yang dirasakan dengan harapan yang diinginkan.

Program kepuasan nasabah meliputi kombinasi dari tujuh elemen utama (Tjiptono, 2005:93), yaitu:

1. Barang dan jasa berkemanfaatan.
2. *Relationship marketing*.
3. Program promosi loyalitas.

4. Fokus pada pelanggan terbaik.
5. Sistem pelayanan komplein dengan baik.
6. *Unconditional guarantees*.
7. Program *pay-for-performance*.

Pencapaian kepuasan nababah melalui kualitas kemanfaatan kartu ATM, dapat ditingkatkan dengan beberapa pendekatan (Lupiyoadi, 2001:158), antara lain:

1. Memperkecil kesenjangan yang terjadi antara pihak manajemen dan konsumen. Misalnya, melakukan penelitian dengan mengedarkan kuisoner dalam beberapa periode, untuk mengetahui persepsi pelayanan menurut konsumen. Demikian juga penelitian dengan metode pengamatan bagi pegawai perusahaan tentang pelaksanaan pelayanan.
2. Perusahaan harus mampu membangun komitmen bersama untuk menciptakan visi di dalam perbaikan proses pelayanan. Termasuk di dalamnya adalah memperbaiki cara berfikir, perilaku, kemampuan dan pegetahuan dari semua sumber daya manusia yang ada. Misalnya dengan metode *brainstorming* dan *management by walking around* untuk mempertahankan komitmen pegawai.
3. Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menyampaikan keluhan, dengan membentuk *complaint and suggestion system*, misalnya *hotline* bebas pulsa.

4. Mengembangkan dan menerapkan *accountable*, *proactive* dan *partnership marketing* sesuai dengan situasi pemasaran. Perusahaan menghubungi konsumen setelah proses pelayanan terjadi untuk mengetahui kepuasan dan harapan pelanggan (*accountable*). Perusahaan menghubungi pelanggan dari waktu ke waktu untuk mengetahui perkembangan pelayanannya (*proactive*). Sedangkan *partnership marketing* adalah pendekatan dimana perusahaan membangun kedekatan dengan pelanggan yang bermanfaat untuk meningkatkan citra dan posisi perusahaan dipasar (Syaipullah, 2011).

2.1.5 Jasa bank

Jasa merupakan sejumlah kegiatan ekonomi yang tidak menghasilkan produk barang secara fisik, namun mampu memberikan nilai tambah bagi konsumen. Menurut Zeithaml dan Bitner dalam Alma (2005:243) “jasa adalah suatu kegiatan ekonomi yang outputnya bukan produk dikonsumsi bersamaan dengan waktu produksi dan memberikan nilai tambah yang sifatnya tidak berwujud”. Lupiyoadi (2001:5) mengemukakan jasa merupakan semua aktivitas ekonomi yang hasilnya tidak merupakan produk dalam bentuk fisik atau konstruksi, biasanya dikonsumsi pada saat bersamaan dengan waktu yang dihasilkan dan memberikan nilai tambah (seperti misalnya kenyamanan, hiburan,

kesenangan atau kesehatan) atau pemecahan atas masalah yang dihadapi konsumen.

Menurut (Rangkuti 2002:26) jasa merupakan suatu kinerja atau tindakan yang tak kasat mata dari satu pihak kepada pihak lain. Pada umumnya jasa di produksi dan di konsumsi secara bersamaan. Dimana interaksi antara pemberi jasa dan penerima jasa mempengaruhi hasil jasa tersebut, maka kualitas jasa dapat didefinisikan sebagai penyampaian jasa yang akan melebihi tingkat kepentingan pelanggan (Hardiyoko, 2009). Jasa terbagi 2 yaitu, jasa yang dirasakan secara langsung oleh konsumen dan jasa yang tidak langsung dirasakan oleh konsumen.

Menurut Kotler dalam FandyTjiptono karakteristik jasa dapat diuraikan sebagai berikut (Hardiyoko, 2009) :

1. *Intangibility* (tidak berwujud)

Jasa berbeda dengan barang, jika barang merupakan suatu objek, alat, atau usaha maka jasa adalah suatu perbuatan, kinerja (*performance*) atau usaha. Bila barang dapat dimiliki, maka jasa hanya dapat dikonsumsi tetapi tidak dapat dimiliki, jasa tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, dicium atau didengar sebelum dibeli.

2. *Inseparability* (tidak terpisahkan)

Barang biasanya diproduksi, kemudian dijual lalu dikonsumsi. Sedangkan jasa biasanya dijual terlebih dahulu, baru kemudian diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan. Interaksi antara penyedia jasa dan pelanggan merupakan ciri khusus dalam

pemasaran jasa, keduanya mempengaruhi hasil (*outcome*) dari jasa tersebut.

3. *Variability* (bervariasi)

Jasa bersifat sangat variabel karena merupakan *non standardized* output, artinya banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis tergantung pada siapa kapan dan dimana jasa tersebut dihasilkan.

4. *Perishability* (mudah lenyap)

Jasa merupakan komoditas tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan. Semakin lengkap jasa-jasa bank yang dilayani oleh suatu bank maka akan semakin baik pelayanan jasa pada bank tersebut. Kelengkapan ini ditentukan dari permodalan bank serta kesiapan bank dalam menyediakan SDM yang handal, serta didukung dengan kecanggihan teknologi yang dimilikinya. Dalam praktik jasa-jasa bank yang ditawarkan meliputi (Kasmir, 2005):

- 1) Kliring (*clearing*).
- 2) Inkaso (*collection*).
- 3) Safe Deposit Box.
- 4) *Credit Card* (kartu kredit).
- 5) Bank Notes.
- 6) Bank Garansi.
- 7) Bank Draft.
- 8) *Letter of Credit* (L/C).
- 9) Kiriman Uang (*transfer*).
- 10) Mesin ATM (*Automatic teller machine*).

2.2 Temuan Penelitian Terkait

Penelitian terdahulu bertujuan untuk mendapatkan bahan perbandingan menghindari kesamaan dari penelitian terdahulu. Beberapa penelitian yang telah mendahului penelitian ini dan memiliki keterkaitan dengan penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 2.1
Temuan Penelitian Terkait

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Syaipullah (2011)	Pengaruh kemanfaatan kartu ATM terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Mandiri Cabang Ahmad Yani Pekanbaru.	Mix Method, dengan metode regresi linear berganda.	Hasil Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif mempunyai pengaruh kemanfaatan kartu ATM yang terdiri dari penarikan tunai berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.
2.	Putri Dwi Cahyani (2016)	Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Layanan Perbankan Syariah Di Yogyakarta.	Kualitatif menggunakan <i>Structural Equation Model</i> (SEM).	Faktor yang memberikan efek besar bagi kepuasan pelanggan di perbankan syariah adalah faktor <i>responsiveness</i> , <i>compliance</i> dan <i>empathy</i> . Dengan analisis varians disimpulkan bahwa kualitas setiap bank syariah tidak memiliki perbedaan yang signifikan.

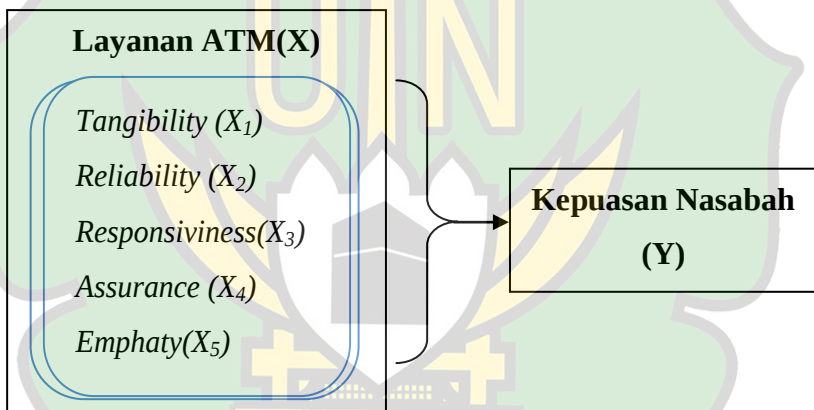
Tabel 2.1 – Lanjutan

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
3.	Tri Yulianto (2015)	Pengaruh Kualitas Pelayanan ATM dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah.	Metode Kuantitatif	Berdasarkan hasil analisis data diketahui kualitas pelayanan dan kepercayaan secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan.
4	Tofan Kimoro Putra (2016)	Pengaruh Kualitas Layanan ATM Mandiri dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah BSM Yogyakarta.	Metode Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan kualitas layanan Anjungan Tunai Mandiri berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.
5	Rahmat Hilmi (2006)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Mandiri cabang Banjarmasin	Metode Kuantitatif Metode Kuantitatif	Bahwa variabel <i>tangibles</i> ini berpengaruh terhadap loyalitas nasabah BSM cabang Banjarmasin dan variabel <i>assurance</i> berpengaruh signifikan dan dominan terhadap loyalitas nasabah.

Perbedaan dengan penelitian terdahulu adalah peneliti ingin mengamati sejauh mana pengaruh pelayanan ATM yang disediakan oleh pihak Bank Syariah Mandiri Cabang Banda Aceh terhadap kepuasan nasabah seperti fasilitas yang disediakan, tempat atau lokasi yang dapat dijangkau oleh nasabah.

2.3 Kerangka Berfikir

Gambar 2.1
Skema Kerangka Berfikir



2.3 Pengembangan Hipotesis

Hipotesis adalah proposisi yang akan diuji keberlakuannya, atau suatu jawaban sementara atas pertanyaan penelitian (Prastyo dan Jannah, 2005:76). Hipotesis juga sebagai pernyataan sementara yang masih lemah kebenarannya dalam kenyataan atau praktik. Maka hipotesis yang diajukan sebagai berikut:

Hipotesis dalam penelitian ini adalah :

a. Hipotesis pertama

Ho₁ : Layanan *Tangibility* tidak mempunyai pengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Ha₁ : Layanan *Tangibility* mempunyai pengaruh terhadap kepuasan nasabah.

b. Hipotesis kedua

Ho₂ : Layanan *Reliability* tidak mempunyai pengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Ha₂ : Layanan *Reliability* mempunyai pengaruh terhadap kepuasan nasabah.

c. Hipotesis ketiga

Ho₃ : Layanan *Responsiviness* tidak mempunyai pengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Ha₃ : Layanan *Responsiviness* mempunyai pengaruh terhadap kepuasan nasabah.

d. Hipotesis keempat

Ho₄ : Layanan *Assurance* tidak mempunyai pengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Ha₄ : Layanan *Assurance* mempunyai pengaruh terhadap kepuasan nasabah.

e. Hipotesis kelima

Ho₅ : Layanan *Emphaty* tidak mempunyai pengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Ha₅ : Layanan *Emphaty* mempunyai pengaruh terhadap kepuasan nasabah.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode penelitian kuantitatif. Dimana penelitian yang sistematis terhadap bagian-bagian dan fenomena serta hubungannya, yang memiliki tujuan untuk mengembangkan dan menggunakan model-model matematis, teori-teori atau hipotesis yang berkaitan dengan fenomena melalui proses pengukuran pengumpulan data, pengamatan empiris dan ekspresi matematis dari hubungan kuantitatif (Arifin, 2014).

Penelitian ini akan menghasilkan data yang berbentuk angka atau bilangan. Sesuai dengan bentuknya, data yang di peroleh akan diolah atau dianalisis dengan menggunakan teknik perhitungan matematika atau statistika (Suryana, 2010).

3.1.1 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian lapangan, peneliti akan menemukan secara spesifik dan realis tentang apa yang sedang terjadi ditengah-tengah kehidupan masyarakat. Metode ini bertujuan untuk memecahkan masalah-malasahpaktis dalam masyarakat (Mardalis, 2004:28).Penulis mengumpulkan data dan informasi langsung dari nasabah dan Bank Syariah Mandiri Banda Aceh yang beralamat Jl. Dipenogoro.

3.2 Data dan Teknik Pemerolehannya

3.2.1 Jenis Data

Pada penelitian ini menggunakan data primer, data primer adalah data yang dikumpulkan oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian (Siregar, 2012:37). Sumber data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpulan data (Indrawan dan Yaniawati, 2014:141). Data primer dalam penelitian ini dengan menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada nasabah Bank Syariah Mandiri.

3.2.2 Populasi dan Metode Pengambilan Sampel

Populasi adalah sekumpulan objek yang memenuhi syarat-syarat tertentu yang berhubungan dengan masalah penelitian. Populasi juga sebagai keseluruhan (*universum*) dari objek penelitian yang berupa manusia, nilai, peristiwa, dan sebagainya sehingga objek-objek tersebut dapat menjadi sumber penelitian (Siregar, 2012:56). Populasi pada penelitian ini sebesar 22000 nasabah yang memiliki kartu ATM Bank Mandiri Syariah.

Pengambilan Sampel menurut Sugiono (2005:73) sampel merupakan bagian dari jumlah yang karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Syaipullah, 2012). Objek yang dipakai dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Banda Aceh, yang menggunakan kartu ATM. Pada penelitian ini teknik penentuan sampel menggunakan *Non Probability sampling* dengan teknik *Convenience sampling*.

Non Probability sampling merupakan unsur yang terdapat dalam populasi tidak memiliki kesempatan dan peluang yang sama untuk dipilih sebagai sampel, bahkan probabilitas anggota tertentu untuk terpilih tidak diketahui. *Convenience sampling* merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan saja, anggota populasi yang ditemui peneliti dan bersedia menjadi responden untuk dijadikan sampel atau peneliti memilih orang-orang yang terdekat saja (Siregar, 2013:33).

Dalam buku Arikunto, berpendapat bahwa “Jika pupolasinya kurang dari 100, maka lebih baik diambil semua dan jika jumlah pupolasinya lebih besar dari 100 maka dapat diambil antara 10% - 15% - 20% - 25% atau lebih besar dari itu”. Dengan demikian dari jumlah populasi diatas dapat dihitung menggunakan rumus solvin dengan tingkat kelonggaran ketelitian sebesar 10% adalah sebagai berikut:

Rumus:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e^2 = Presentasi kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolirer atau diujikan.

$$n = \frac{22.000}{1 + 22.000(10\%)^2} = 99,5 \text{ dikenakan menjadi } 100 \text{ nasabah}$$

Dengan menggunakan rumus slovin diatas dapat menghasilkan sampel sebesar 100 nasabah dari 10% populasi.Maka jumlah ini dijadikan sebagai sampel dan objek untuk diteliti.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah, penelitian lapangan dengan menggunakan kuesioner (angket).Kuesioner adalah pengumpulan data atau pengumpulan informasi dengan melalui formulir-formulir yang berisi pertanyaan-pertanyaan, terdapat dalam kuesioner cukup jelas dan terperinci.Peneliti mengajukan pertanyaan terbuka kepada nasabah Bank Syariah Mandiri untuk dapat menjawab atau tanggapan dan informasi yang diperlukan oleh peneliti.

3.4 Skala Pengukuran

Skala pengukuran merupakan aturan-aturan pemberian angka untuk berbagai objek, sehingga angka tersebut mewakili kualitas yang dibutuhkan oleh peneliti.Pada penelitian ini menggunakan teknik kuesioner, dengan menggunakan skala ordinal. Skala ordinal merupakan pengukuran data dengan skala rangking, dimanaindentitas yang diberikan untuk membuat urutan tertentu pada data. Maka skala pengukuran yang digunakan pada penelitian ini agar dapat mengetahui kepuasan nasabah dalam menggunakan layanan ATM adalah skala likert.

Menurut Sugiyono (2011:93) mengatakan bahwa skala likert adalah digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Akhirnya subindikator dapat dijadikan tolak ukur untuk membuat suatu pernyataan/pertanyaan yang perlu dijawab oleh responden

Tabel 3.1
Instrumen Skala Likert

No	Pernyataan	Skor
1	Sangat Tidak Setuju	1
2	Tidak Setuju	2
3	Kurang Setuju	3
4	Setuju	4
5	Sangat setuju	5

Sumber :Sugiyono,(2011)

3.5 Variabel Penelitian

Variabel adalah konstruk yang sifatnya angka (kuantitatif) atau konsep yang mempunyai bermacam-macam nilai, yang dapat berubah-ubah nilainya (Siregar, 2012:10).

Bedasarkan objek penelitian dan metode penelitian yang digunakan, maka variabel penelitian adalah:

1. Variabel bebas atau X (*Independent Variabel*)

Variabel bebas adalah variabel yang menjadi sebab akibat atau merubah serta memengaruhi variabel lain. Maka variabel bebas yang dimaksud dalam penelitian ini adalah layanan

Automatic Teller Machine (ATM), indikator layanan ATM (X) adalah:

- a. *Ingtangibility* (X_1)
 - b. *Inseparability* (X_2)
 - c. *Variability* (X_3)
 - d. *Responsiviness* (X_4)
 - e. *Emphaty* (X_5)
2. Variabel Terikat atau Y (*Dependent Variabel*)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel lain (variabel bebas). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan nasabah.

3.6 Metode Analisis Data

Dalam menggunakan data yang diperoleh maka peneliti menggunakan metode deskriptif kuantitatif, yaitu dengan cara menjelaskan hasil penelitian yang ada dengan menggunakan perumusan rumus matematis agar dapat menghubungkan dengan teori yang ada, kemudian ditarik kesimpulan. Untuk menganalisis jawaban kuisioner dari responden, beri nilai dengan menggunakan ketentuan skala likert (Sugiyono, 2005). Kegiatan analisis data adalah menggolongkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, menyediakan data dari setiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

Agar dapat mendukung pada hasil penelitian ini, maka data penelitian yang telah diperoleh akan dianalisis dengan menggunakan alat statistik melalui bantuan software SPSS *Statistics Version 21.0*. Adapun pengujian-pengujian yang akan dilakukan dalam penelitian ini sebagai berikut:

3.6.1 Uji Instrumen Penelitian

Uji instrumen pada penelitian ini menggunakan teknik kuesioner, sebelum kuesioner digunakan sebaiknya terlebih dahulu harus diuji kualitasnya. Pengujian ini dilakukan untuk meyakinkan kuesioner yang akan disusun sebaik mungkin, dengan menggambarkan keadaan sebenarnya. Untuk melakukan pengujian ini terdapat dua alat penguji yaitu :

3.6.1.1 Uji Validitas

Uji validitas menunjukan sejauh mana suatu alat ukur dapat mengukur variabel yang akan diukur. Suatu yang instrument pengukuran disebut valid bila dapat melakukan apa yang seharusnya dilakukan dan mengukur apa yang seharusnya diukur. Bila skala pengukuran tidak valid maka ia tidak bermanfaat bagi peneliti karena tidak mengukur atau melakukan apa yang seharusnya dilakukan (Ghozali, 2007). Dalam penelitian ini untuk mengukur validitas digunakan koefisien *cronbach alpha* untuk mengestimasi validitas setiap skala (indikator observarian). Pengujian validitas menggunakan teknik *corrected item-total correlation*, yaitu dengan carapengkoreksian skor setiap item dengan skor totalnya.

Pengujian validitas instrumen dilakukan dengan menggunakan *SPSS Statistics Version 21.0* dengan kriteria sebagai berikut:

- Jika $r_{\text{Hitung}} > r_{\text{tabel}}$, maka pertanyaan tersebut dinyatakan valid
- Jika $r_{\text{Hitung}} < r_{\text{tabel}}$, maka pertanyaan tersebut dinyatakan tidak valid.

3.6.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menunjukkan sejauh mana suatu pengukuran dapat memperoleh hasil yang konsisten, stabil atau relatif tidak berbeda jika dilakukan pengukuran kembali terhadap subjek yang sama. Suatu kuisioner dikatakan reliabil atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2007). Pengujian reliabilitas dilakukan secara statistik yaitu dengan menghitung besarnya *Alpha Cronbach*, jika koefisien alpha yang dihasilkan lebih besar dari 0.06 atau 60% maka instrument tersebut dikatakan andal (*reliable*) dan sebaliknya jika koefisien alpha rendah dari 0.06 atau 60% maka instrument dikatakan tidak andal (*reliable*).

Penguji yang dilakukan dengan menggunakan *SPSS Statistics Version 21,0*. Butir pertanyaan sudah dinyatakan valid dalam uji validitas akan ditentukan reliabilitasnya dengan kriteria sebagai berikut:

- Jika $r_{\alpha} > r_{\text{tabel}}$, maka pertanyaan reliable.
- Jika $r_{\alpha} < r_{\text{tabel}}$, maka pertanyaan tidak reliable.

3.6.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik ini digunakan untuk mengetahui apakah model regresi yang dihasilkan merupakan model yang regresi yang tidak lebih dari satu. Adapun uji asumsi klasik ini meliputi :

3.6.2.1 Uji Normalitas

Mengetahui apakah dalam sebuah model regresi, variabel independen atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak, yang bertujuan untuk menilai sebaran data pada sebuah kelompok data atau variabel. Uji ini akan menentukan data yang telah dikumpulkan berdistribusi normal atau diambil dari populasi normal (Anwar, 2013). Hasil dari regresi dapat diperoleh dengan grafik normal *P-Plot*. Selain dari grafik histogram dan *P-Plot*, untuk menguji normalitas dengan nilai dapat menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov*.

Pengujian hipotesa *Kolmogorov-Smirnov* sebagai berikut:

- Nilai signifikansi atau nilai probabilitas $< 0,1$ distribusi data adalah tidak normal,
- Nilai signifikansi atau nilai probabilitas $> 0,1$ distribusi data adalah normal.

3.6.2.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah terjadi penyimpangan model karena gangguan varian yang berbedaan terobservasi satu ke observasi lain (Priyatno, 2009). Uji Heteroskedastisitas yaitu alat uji yang tujuannya untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidak samaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID (Ghozali, 2008).

Dasar analisis heteroskedastisitas adalah :

- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik yang membentuk pola yang teratur, maka mengidentifikasi telah terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan bawah 0 pada sumbu y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.6.2.3 Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas merupakan salah satu dari uji asumsi klasik yang merupakan pengujian untuk mengidentifikasi suatu model regresi dapat dikatakan baik atau tidak. Secara konsep, multikolinearitas adalah situasi dimana terdapat dua variabel yang saling berkorelasi. Adanya hubungan diantara variabel bebas adalah

hal yang tak bisa dihindari dan memang diperlukan agar regresi yang diperoleh bersifat valid (Kuncoro, 2001).

Uji Multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui apakah ada keterkaitan antara hubungan yang sempurna antara variabel-variabel independen dengan melihat nilai toleransi dan VIF (*Variance Inflation Factor*). Jika didalam pengujian ternyata didapatkan sebuah kesimpulan bahwa antara variabel independen tersebut saling terikat, maka pengujian tidak dapat dilakukan kedalam tahapan selanjutnya yang disebabkan oleh tidak dapat ditentukannya koefisien regresi variabel tersebut tidak dapat ditentukan dan juga nilai standar errornya menjadi tak terhingga (Ghozali, 2005).

3.6.3 Regresi Linear Berganda

Menurut Sarwoko (2005:45) bahwa analisis regresi ganda adalah alat ukur yang dapat meramalkan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap satu variabel terikat. Agar dapat membuktikan ada tidaknya hubungan fungsional atau hubungan kausal antara dua atau lebih variabel bebas $X_1, X_2, \dots, X_i$ terhadap suatu variabel terikat Y Persamaan regresi ganda dirumuskan sebagai berikut :

$$\hat{Y} = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Keterangan :

- Y : Kepuasan Nasabah
- a : Konstanta
- x1 : Tangibles
- x2 : Reliability
- x3 : Responsiveness
- x4 : Empathy
- x5 : Assurance

3.7 Hipotesis

Setelah melalui beberapa pengujian di atas, maka per;u dilakukan uji hipotesis untuk mengetahui berpengaruh tidaknya variabel independen terhadap variabel dependen. Penelitian ini menggunakan uji signifikan parsial (T-test). Uji hipotesis yang digunakan adalah uji t (parsial) untuk menguji pengaruh layanan ATM (*Automatic Teller Machine*) terhadap kepuasan nasabah secara persial (individu). Kemudian hasil t hitung tersebut dibandingkan dengan distribusi t tabel. Kesimpulan dari hasil pengujian tersebut dapat dilakukan sebagai berikut (Sugiyono, 2010):

- a. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima. Artinya variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.
- b. jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_{01} diterima dan H_{a1} ditolak. Artinya variabel dependen tidak memiliki pengaruh terhadap variabel dependen

3.8 Uji Simultan (Uji f)

Uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen ($X_1, X_2 \dots X_n$) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y). Analisis uji F_{hitung} dengan F_{tabel} .

Error level (tingkat kesalahan) yang digunakan adalah 10% dan dasar pengambilan keputusan adalah H_0 diterima atau ditolak adalah dengan cara membandingkan nilai F_{hitung} dengan nilai F_{tabel} , apabila:

- a. $F_{hitung} > F_{tabel}$ H_0 diterima karena terdapat pengaruh yang besar.
- b. $F_{hitung} < F_{tabel}$ H_0 ditolak karena tidak dapat pengaruh yang besar (Wahyuni, 2013).

3.9 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi pada regresi linear sering diartikan sebagai seberapa besar kemampuan semua variabel bebas dalam menjelaskan varian dari variabel terikatnya (Priyatno, 2008). Secara sederhana koefisien determinasi dihitung dengan mengkuadratkan Koefisien Korelasi (R). Jika R^2 semakin besar mendekati satu maka model semakin tepat.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Bank Syariah Mandiri

4.1.1 Sejarah Bank Syariah Mandiri

Kehadiran Bank Syariah Mandiri sejak tahun 1999, sesungguhnya merupakan hikmah sekaligus berkah pasca krisis ekonomi dan moneter 1997-1998. Sebagaimana diketahui, krisis ekonomi dan moneter sejak Juli 1997, yang disusul dengan krisis multi-dimensi termasuk di panggung politik nasional, telah menimbulkan beragam dampak negatif yang sangat hebat terhadap seluruh sendi kehidupan masyarakat, tidak terkecuali dunia usaha. Dalam kondisi tersebut, industri perbankan nasional yang didominasi oleh bank-bank konvensional mengalami krisis luar biasa. Pemerintah akhirnya mengambil tindakan dengan merestrukturisasi dan merekapitalisasi sebagian bank-bank di Indonesia.

Pada saat bersamaan, pemerintah melakukan penggabungan (merger) empat bank (Bank Dagang Negara, Bank Bumi Daya, Bank Exim, dan Bapindo) menjadi satu bank baru bernama PT Bank Mandiri (Persero) pada tanggal 31 Juli 1999. Kebijakan penggabungan tersebut juga menempatkan dan menetapkan PT Bank Mandiri (Persero) Tbk. sebagai pemilik mayoritas baru Bank Syariah Mandiri.

Bank Mandiri melakukan konsolidasi serta membentuk Tim Pengembangan Perbankan Syariah. Pembentukan tim ini bertujuan untuk mengembangkan layanan perbankan syariah di kelompok perusahaan Bank Mandiri, sebagai respon atas diberlakukannya UU No. 10 tahun 1998 tentang perubahan atas UU no. 7 tahun 1992 tentang perbankan, yang memberi peluang bank umum untuk melayani transaksi syariah (*Dual Banking System*).

Tim Pengembangan Perbankan Syariah segera mempersiapkan sistem dan infrastrukturnya, sehingga kegiatan usaha Bank Syariah Mandiri berubah dari bank konvensional menjadi bank yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah dengan nama PT Bank Syariah Mandiri sebagaimana tercantum dalam Akta Notaris: Sutjipto, SH, No. 23 tanggal 8 September 1999. Perubahan kegiatan usaha Bank Syariah Mandiri menjadi bank umum syariah dikukuhkan oleh Gubernur Bank Indonesia melalui SK Gubernur BI No. 1/24/ KEP.BI/1999, 25 Oktober 1999. Selanjutnya, melalui Surat Keputusan Deputy Gubernur Senior Bank Indonesia No. 1/1/KEP.DGS/ 1999, BI menyetujui perubahan nama menjadi PT Bank Syariah Mandiri. Menyusul pengukuhan dan pengakuan legal tersebut, PT Bank Syariah Mandiri secara resmi mulai beroperasi sejak Senin tanggal 25 Rajab 1420 H atau tanggal 1 November 1999.

PT Bank Syariah Mandiri hadir, tampil dan tumbuh sebagai bank yang mampu memadukan idealisme usaha dengan nilai-nilai

rohani, yang melandasi kegiatan operasionalnya. Harmoni antara idealisme usaha dan nilai-nilai rohani inilah yang menjadi salah satu keunggulan Bank Syariah Mandiri dalam kiprahnya di perbankan Indonesia. Bank Syariah Mandiri hadir untuk bersama membangun Indonesia menuju Indonesia yang lebih baik. (www.banksyariahmandiri.com)

4.1.2 Visi dan Misi Bank Syariah Mandiri

Visi :

“Bank syariah terdepan dan modern”

1. Nasabah

Bank Syariah Mandiri merupakan bank pilihan yang memberikan manfaat, menenteramkan dan memakmurkan.

2. Pegawai

BSM merupakan bank yang menyediakan kesempatan untuk beramanah sekaligus berkarir profesional.

3. Investor

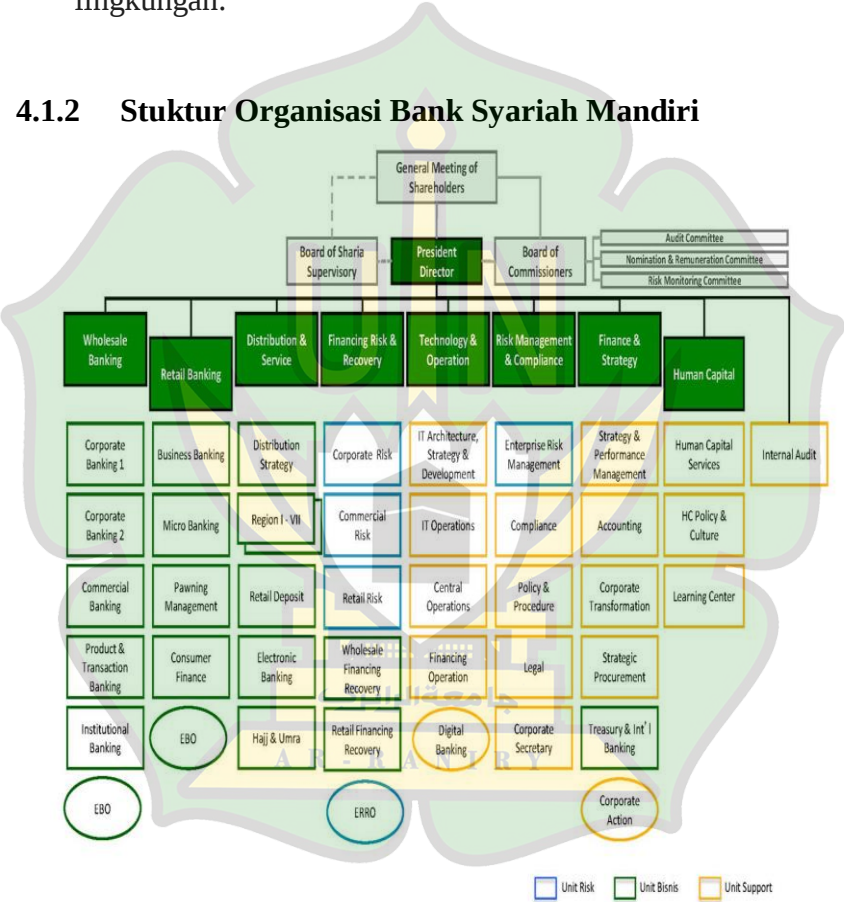
Institusi keuangan syariah Indonesia yang terpercaya yang terus memberikan value berkesinambungan.

Misi :

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

- 4. Mengembangkan bisnis atas dasar nilai-nilai syariah universal.
- 5. Mengembangkan manajemen talenta dan lingkungan kerja yang sehat.
- 6. Meningkatkan kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan.

4.1.2 Stuktur Organisasi Bank Syariah Mandiri



Gambar 4.1
Stuktur Organisasi Bank Syariah Mandiri

4.2 Karakteristik Responden

Responden dari penelitian ini adalah 100 nasabah yang menggunakan kartu ATM Bank Syariah Mandiri Cabang Banda Aceh. Gambaran umum profil responden disajikan dalam beberapa tabel berikut:

4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Adapun data mengenai jenis kelamin yang menggunakan kartu ATM Bank Syariah adalah:

1. Karakteristik Jenis Kelamin Responden

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin
Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	42	42.0	42.0	42.0
	Perempuan	58	58.0	58.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer 2018 (telah diolah kembali)

Berdasarkan tabel 4.1 diatas dapat dilihat bahwa kuesioner pada penelitian ini melibatkan sejumlah responden (nasabah) laki-laki sebanyak 42 orang atau 42,0% dan selebihnya adalah perempuan sebanyak 58 orang atau 58,0%. Pada uraian tersebut dapat dijelaskan bahwa nasabah pada Bank Syariah Mandiri Cabang Banda Aceh didominasi oleh nasabah perempuan yang berjumlah 58 nasabah.

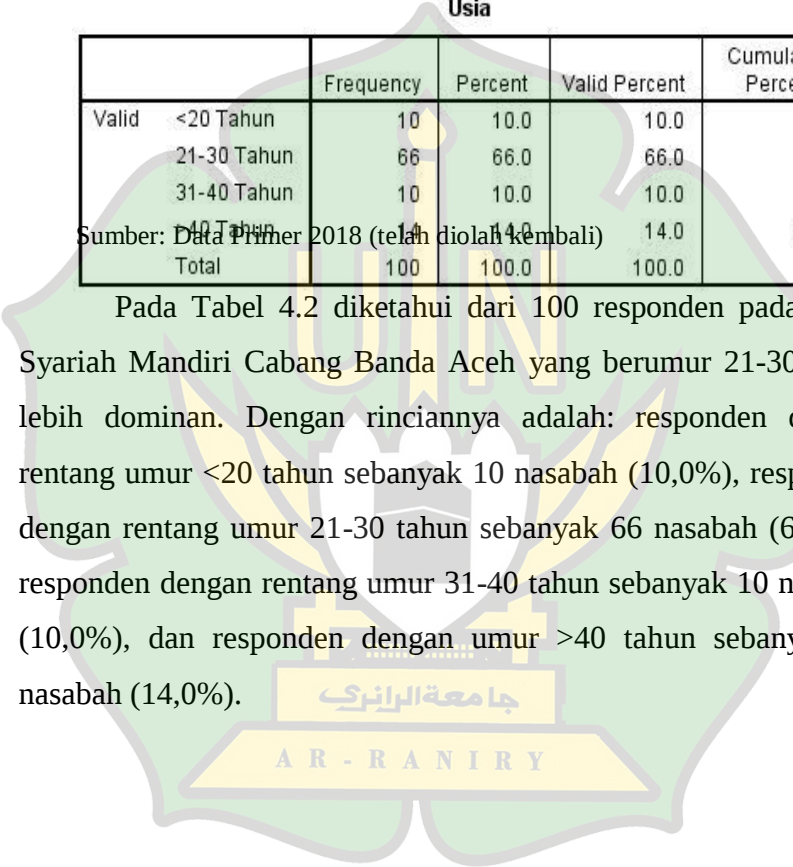
2. Karakteristik Usia Responden

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia
Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<20 Tahun	10	10.0	10.0	10.0
	21-30 Tahun	66	66.0	66.0	76.0
	31-40 Tahun	10	10.0	10.0	86.0
	>40 Tahun	14	14.0	14.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer 2018 (telah diolah kembali)

Pada Tabel 4.2 diketahui dari 100 responden pada Bank Syariah Mandiri Cabang Banda Aceh yang berumur 21-30 tahun lebih dominan. Dengan rinciannya adalah: responden dengan rentang umur <20 tahun sebanyak 10 nasabah (10,0%), responden dengan rentang umur 21-30 tahun sebanyak 66 nasabah (66,0%), responden dengan rentang umur 31-40 tahun sebanyak 10 nasabah (10,0%), dan responden dengan umur >40 tahun sebanyak 14 nasabah (14,0%).



3. Karakteristik Pekerjaan Responden

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

		Pekerjaan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	PNS	8	8.0	8.0	8.0
	Swasta	6	6.0	6.0	14.0
	Kontraktor	1	1.0	1.0	15.0
	Mahasiswa	79	79.0	79.0	94.0
	Lain-Lain	6	6.0	6.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer 2018 (telah diolah kembali)

Pada Tabel 4.3 diatas dapat dilihat dengan rinciannya adalah responden yang berkerja sebagai Pegawai Negeri Sipil sebanyak 8 nasabah (8,0%), responden yang berkerja sebagai Wiraswasta sebanyak 6 nasabah (6,0%), Responden yang berkerja sebagai Kontraktor sebanyak 1 nasabah (1,0%), Responden yang berkerja sebagai Mahasiswa sebanyak 79 nasabah (79,0%), Responden yang berkerja sebagai lain-lain sebanyak 6 nasabah (6,0%). Kesimpulannya responden pada Bank Syariah Mandiri Cabang Banda Aceh yang lebih dominan memakai jasa layanan ATM Bank Syariah Mandiri adalah berkerja sebagai Mahasiswa sebanyak 79 nasabah (79,0%).

4. Karakteristik Responden Lama Menjadi Nasabah

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah
Lama_Nasabah

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < 1 Tahun	28	28.0	28.0	28.0
1-2 tahun	18	18.0	18.0	46.0
3-4 Tahun	21	21.0	21.0	67.0
> 4 tahun	33	33.0	33.0	100.0
Sumber: Data Primer 2018 (telah diolah kembali)				
Total	100	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel 4.4 di atas, bahwa responden yang lama menjadi nasabah pada Bank Syariah Mandiri Cabang Banda Aceh didominasi oleh >4 tahun lamanya (33,0%). (28,0%), 1 tahun (18,0%), 1-2 tahun (21,0%), 3-4 tahun dan (33,0%), 4 tahun. Dapat disimpulkan bahwa dari presentase tersebut semakin lama menjadi nasabah makapelayanan yang diberikan terpenuhi terhadap kebutuhan yang diinginkan oleh nasabah Bank Syariah Mandiri.

4.3 Analisis Deskriptif Kuantitatif

Deskripsi data memberikan gambaran atau deskripsi mengenai karakteristik data variabel yang digunakan dalam penelitian. Adapun fungsi deskripsi data adalah untuk mengetahui nilai minimum, nilai maksimum, nilai rata-rata, standar deviasi (tingkat penyimpangan penyebaran data dari masing-masing variabel), dan jumlah data yang dianalisis. Tabel 4.5 menunjukkan nilai stasistik deskriptif dari masing-masing variabel.

Tabel 4.5
Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kepuasan	100	2.80	5.00	4.2920	.45342
Tangibles	100	2.60	5.00	4.0440	.47104
Reliability	100	2.00	4.80	3.9800	.48116
Responsiveness	100	2.67	5.00	3.9698	.54026
Assurance	100	2.00	5.00	4.1834	.50002
Emphaty	100	2.00	5.00	4.1725	.51578
Valid N (listwise)	100				

Sumber: Data Primer Diolah (2018)

Berdasarkan Tabel 4.5 diketahui bahwa nilai minimum dan maksimum untuk kepuasan adalah sebesar 2,80 dan 5,00 dengan nilai rata-rata sebesar 4,29 serta standar deviasi sebesar 0,453. Nilai minimum dan maksimum untuk *tangibles* adalah sebesar 2,60 dan 5,00 dengan nilai rata-rata sebesar 4,04 serta standar deviasi sebesar 0,471. Nilai minimum dan maksimum untuk *reliability* adalah sebesar 2,00 dan 4,80 dengan nilai rata-rata sebesar 3,98 serta standar deviasi sebesar 0,481. Nilai minimum dan maksimum

untuk *responsiveness* adalah sebesar 2,67 dan 5,00 dengan nilai rata-rata sebesar 3,96 serta standar deviasi sebesar 0,540. Nilai minimum dan maksimum untuk *assurance* adalah sebesar 2,00 dan 5,00 dengan nilai rata-rata sebesar 4,18 serta standar deviasi sebesar 0,500. Nilai minimum dan maksimum untuk *emphaty* adalah sebesar 2,00 dan 5,00 dengan nilai rata-rata sebesar 4,17 serta standar deviasi sebesar 0,515.

4.4 Analisis Frekuensi Persepsi Responden

Jawaban seluruh responden yang berjumlah 100 orang dianalisis untuk melihat jumlah (frekuensi) atas jawaban yang diberikan. Dari 25 pertanyaan yang diajukan menghasilkan skor rata-rata (mean) untuk masing-masing variabel dan dapat diinterpretasikan berdasarkan panjang kelas sebagaimana dikemukakan Sudjana (2005:47). Interpretasi nilai rata-rata tanggapan responden dapat dilihat dalam Tabel 4.6 berikut:

Tabel 4.6
Interpretasi Nilai Rata-rata Tanggapan Responden

Nilai	Keterangan
1,00 – 1,79	Sangat tidak baik
1,80 – 2,59	Tidak baik
2,60 – 3,39	Kurang baik
3,40 – 4,19	Baik
4,20 – 5,00	Sangat baik

Sumber: Sudjana (2005:47)

4.4.1 Distribusi Jawaban Responden (Nasabah) Terhadap Layanan *Automatic Teller Machine* (ATM), Indikator Layanan ATM (X)

Persepsi responden terhadap masing-masing pernyataan diberikan alternatif pilihan jawaban yang berkisar antara sangat tidak setuju (dengan skor 1) sampai dengan sangat setuju (dengan skor 5). Tinggi rendahnya jawaban responden terhadap item pernyataan dapat dilihat dari jawaban masing-masing responden yang disajikan pada Tabel 4.7 berikut:

Tabel 4.7
Statistik Deskriptif Persepsi Responden terhadap *Tangibles*

No	Pertanyaan	STS 1	TS 2	KS 3	S 4	SS 5	Rata- rata
1.	Anda puas dengan peralatan modern yang diberikan oleh BSM.			8	40	52	4,44
2.	Anda puas dengan ruangan mesin ATM BSM yang bersih dan memberikan rasa kenyamanan			10	52	38	4,28
3.	Anda puas dengan kondisi pencahayaan pada mesin ATM yang dapat memudahkan anda dalam melakukan transaksi.			23	58	19	3,96
4.	Anda puas dengan jumlah mesin ATM dan jaringan yang mudah diakses yang diberikan oleh BSM.		10	26	52	12	3,66
5.	Anda Puas dengan tersedianya tempat sampah dalam ruangan mesin ATM BSM		3	23	57	17	3,88
		0	13	90	259	138	

No	Pertanyaan	STS 1	TS 2	KS 3	S 4	SS 5	Rata- rata
	Total						
	Persentase	0%	2.6%	18%	51.8%	27.6%	
Rata-rata Kepuasan							4,04

Sumber: Data Primer yang diolah kembali, (2018) (N=100)

Tabel 4.7 menunjukkan jawaban responden terhadap indikator dari variabel penelitian yang berkaitan dengan *tangibles*. Secara keseluruhan jawaban responden, tidak ada responden yang menjawab Sangat Tidak Setuju terhadap pertanyaan kuesioner yang diberikan. Sementara itu 2.6% dari responden menjawab Tidak Setuju, 18% dari responden menjawab Kurang Setuju, 51.8% dari responden menjawab Setuju, dan 27.6% dari responden menjawab Sangat Setuju. Dapat dijelaskan bahwa rata-rata responden menjawab setuju untuk variabel *tangibles* dengan nilai rata-rata skor variabel *tangibles* adalah 4,04. Hasil ini menunjukkan bahwa tanggapan seluruh responden terhadap variabel *tangibles* adalah “Baik”.

Tabel 4.7 juga menunjukkan bahwa nilai rata-rata terkecil didapat pada pertanyaan mengenai kemudahan akses dengan nilai rata-rata adalah sebesar 3,66, mengenai ketersediaan tempat sampah sebesar 3,88, dan kondisi pencahayaan sebesar 3,96, Sedangkan nilai tertinggi didapat pada pertanyaan mengenai peralatan yang digunakan

Tabel 4.8
Statistik Deskriptif Persepsi Responden terhadap *Reliability*

N o	Pertanyaan	STS 1	TS 2	KS 3	S 4	SS 5	Rata -rata
1.	Anda puas dengan kondisi mesin ATM BSM yang beroperasi dengan baik.		1	7	49	43	4,34
2.	Anda merasa puas memperoleh bukti laporan (bukti cetak ataupun ditampilkan pada layar ATM) setelah melakukan transaksi.	1	5	14	58	22	3,95
3.	Anda merasa puas dengan penggunaan mesin ATM BSM yang mudah dan tidak berbelit – belit.		1	17	63	19	4,00
4.	Anda puas dengan tidak adanya gangguan jaringan pada saat melakukan transaksi berjalan.		1	26	62	11	3,83
5.	Anda merasa puas dengan adanya tambahan biaya yang dikenakan saat melakukan transaksi pada Bank Mandiri Konvesional.		1	28	63	8	3,78
Total		1	9	92	295	103	
Persentase		0.2 %	1.8 %	18.4 %	59 %	20.6 %	
Rata-rata Kepuasan							3,98

Sumber: Data Primer yang diolah kembali, (2018) (N=100)

Tabel 4.8 menunjukkan jawaban responden terhadap indikator dari variabel penelitian yang berkaitan dengan *reliability*. Secara keseluruhan jawaban responden, terdapat 1 responden yang menjawab Sangat Tidak Setuju terhadap pertanyaan kuesioner yang diberikan. Sementara itu 1.8% dari responden menjawab Tidak Setuju, 18.4% dari responden

menjawab Kurang Setuju, 59% dari responden menjawab Setuju, dan 20.6% dari responden menjawab Sangat Setuju. Dapat dijelaskan bahwa rata-rata responden menjawab setuju untuk variabel *reliability* dengan nilai rata-rata skor adalah 3,98. Hasil ini menunjukkan bahwa tanggapan seluruh responden terhadap variabel *reliability* adalah “Baik”.

Tabel 4.8 juga menunjukkan bahwa nilai rata-rata terkecil didapat pada pertanyaan mengenai tambahan biaya transaksi dengan nilai rata-rata adalah sebesar 3,78, mengenai gangguan jaringan sebesar 3,83, dan bukti laporan transaksi sebesar 3,95. Sedangkan nilai tertinggi didapat pada pertanyaan mengenai kondisi mesin.

Tabel 4.9
Statistik Deskriptif Persepsi Responden terhadap Responsiveness

No	Pertanyaan	STS 1	TS 2	KS 3	S 4	SS 5	Rat a- rata
1.	Anda merasa puas dengan pemberitahuan tertulis atau tidak tertulis kepada anda apabila mesin ATM BSM tidak dapat digunakan.			15	56	29	4,14
2.	Anda merasa puas dengan pelayanan petugas ketika terdapat masalah dalam pengoperasian mesin ATM BSM.			25	56	19	3,94
3.	Anda merasa puas dengan petugas yang menanggapi keluhan anda dengan baik dan cepat.		2	26	59	13	3,83

No	Pertanyaan	STS 1	TS 2	KS 3	S 4	SS 5	Rat a- rata
	Total	0	2	66	171	61	
	Persentase	0%	0.7 %	22 %	57 %	20. 3%	
Rata-rata Kepuasan							3,96

Sumber: Data Primer yang diolah kembali, (2018) (N=100)

Tabel 4.9 menunjukkan jawaban responden terhadap indikator dari variabel penelitian yang berkaitan dengan *tangibles*. Secara keseluruhan jawaban responden, tidak ada responden yang menjawab Sangat Tidak Setuju terhadap pertanyaan kuesioner yang diberikan. Sementara itu 2.6% dari responden menjawab Tidak Setuju, 18% dari responden menjawab Kurang Setuju, 51.8% dari responden menjawab Setuju, dan 27.6% dari responden menjawab Sangat Setuju.

Dapat dijelaskan bahwa rata-rata responden menjawab setuju untuk variabel *tangibles* dengan nilai rata-rata skor variabel *tangibles* adalah 4,04. Hasil ini menunjukkan bahwa tanggapan seluruh responden terhadap variabel *tangibles* adalah “Baik”.

Tabel 4.9 juga menunjukkan bahwa nilai rata-rata terkecil didapat pada pertanyaan mengenai kemudahan akses dengan nilai rata-rata adalah sebesar 3,66, mengenai ketersediaan tempat sampah sebesar 3,88, dan kondisi pencahayaan sebesar 3,96. Sedangkan nilai tertinggi didapat pada pertanyaan mengenai peralatan yang digunakan.

Tabel 4.10
Statistik Deskriptif Persepsi Responden terhadap Assurance

No	Pertanyaan	STS 1	TS 2	KS 3	S 4	SS 5	Rata -rata
1.	Anda merasa puas dengan jaminan keamanan yang diberikan oleh BSM.		1	5	53	41	4,34
2.	Anda puas ketika bertransaksi dengan mesin ATM karena aman dan dapat dipercaya.		1	5	68	26	4,19
3.	Anda merasa puas dengan penarikan tunai pada mesin ATM BSM yang selalu cepat.		1	12	71	16	4,02
Total		0	3	22	192	83	
Persentase		0%	1%	7.3 %	64 %	27.7 %	
Rata-rata Kepuasan							4,18

Sumber: Data Primer yang diolah kembali, (2018) (N=100)

Tabel 4.10 menunjukkan nilai rata-rata skor variabel *assurance* adalah 4,18. Hasil ini menunjukkan bahwa tanggapan seluruh responden terhadap variabel *assurance* adalah “Sangat Baik”.

jawaban responden terhadap indikator dari variabel penelitian yang berkaitan dengan *assurance*. Secara keseluruhan jawaban responden, tidak responden yang menjawab Sangat Tidak Setuju terhadap pertanyaan kuesioner yang diberikan. Sementara itu 1% dari responden menjawab Tidak Setuju, 7.3% dari responden menjawab Kurang Setuju, 64% dari responden menjawab Setuju, dan 27% dari responden menjawab Sangat Setuju. Dapat dijelaskan bahwa rata-rata responden menjawab

setuju untuk variabel *assurance* dengan nilai rata-rata skor adalah 4,18. Hasil ini menunjukkan bahwa tanggapan seluruh responden terhadap variabel *assurance* adalah “Sangat Baik”.

Tabel 4.11 juga menunjukkan bahwa nilai rata-rata terkecil didapat pada pertanyaan mengenai kecepatan penarikan tunai dengan nilai rata-rata adalah sebesar 4,02 dan mengenai keamanan dalam bertransaksi sebesar 4,19. Sedangkan nilai tertinggi didapat pada pertanyaan mengenai jaminan keamanan.

Tabel 4.11
Statistik Deskriptif Persepsi Responden terhadap *Emphaty*

No	Pertanyaan	STS 1	TS 2	KS 3	S 4	SS 5	Rata- rata
1.	Anda merasa puas dengan lokasi mesin ATM BSM yang strategis dan mudah dijangkau.		2	5	46	47	4,38
2.	Anda merasa puas dengan perkembangan pelayanan mesin ATM yang sesuai dengan kebutuhan anda.		2	11	52	35	4,20
3.	Anda merasa puas dengan fitur-fitur yang tersedia di mesin ATM yang sesuai dengan kebutuhan anda.		2	16	59	23	4,03
4.	Anda merasa puas dalam melakukan transfer dana dengan menggunakan mesin ATM.		2	17	52	29	4,08
Total		0	8	49	209	134	

No	Pertanyaan	STS 1	TS 2	KS 3	S 4	SS 5	Rata- rata
	Persentase	0%	2%	12.2%	52.5%	33.5%	
Rata-rata Kepuasan							4,17

Sumber: Data Primer yang diolah kembali, (2018) (N=100)

Tabel 4.11 menunjukkan jawaban responden terhadap indikator dari variabel penelitian yang berkaitan dengan *emphaty*. Secara keseluruhan jawaban responden, tidak ada responden yang menjawab Sangat Tidak Setuju terhadap pertanyaan kuesioner yang diberikan. Sementara itu 2% dari responden menjawab Tidak Setuju, 12.2% dari responden menjawab Kurang Setuju, 52.5% dari responden menjawab Setuju, dan 33.5% dari responden menjawab Sangat Setuju. Dapat dijelaskan bahwa rata-rata responden menjawab setuju untuk variabel *emphaty* dengan nilai rata-rata adalah 4,17. Hasil ini menunjukkan bahwa tanggapan seluruh responden terhadap variabel *emphaty* adalah “Sangat Baik”.

Tabel 4.11 juga menunjukkan bahwa nilai rata-rata terkecil didapat pada pertanyaan mengenai fitur yang tersedia dengan nilai rata-rata adalah sebesar 4,03, mengenai transfer dana sebesar 4,08, dan mengenai perkembangan pelayanan mesin sebesar 4,20. Sedangkan nilai tertinggi didapat pada pertanyaan mengenai lokasi mesin.

4.4.2 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Kepuasan (Y)

Tabel 4.12
Statistik Deskriptif Persepsi Responden terhadap Kepuasan (Y)

No	Pertanyaan	STS 1	TS 2	KS 3	S 4	SS 5	Rata -rata
1.	Anda merasa puas dengan pelayanan mesin ATM yang diberikan oleh pihak BSM.			3	28	69	4,66
2.	Anda merasa puas dengan pelayanan transaksi yang baik dari pihak BSM, sehingga meningkatkan loyalitas anda kepada bank tersebut.			5	39	56	4,51
3.	Anda merasa puas BSM dapat memenuhi atau memahami kebutuhan anda.			10	58	32	4,22
4.	Anda merasa puas semua kebutuhan via transaksi ATM dapat dipenuhi oleh layanan ATM BSM.			12	63	25	4,13
5.	Anda meras puas BSM memberikan rasa aman dan tidak ada pencurian PIN ATM karena menyediakan penutup		2	17	66	15	3,94

No	Pertanyaan	STS 1	TS 2	KS 3	S 4	SS 5	Rata -rata
	yang dipasang dikiri dan dikanan tombol ATM.						
Total		0	2	47	254	197	
Persentase		0%	0.4%	9.4%	50.8%	39.4%	
Rata-rata Kepuasan							4,29

Sumber: Data Primer yang diolah kembali, (2018) (N=100)

Tabel 4.12 menunjukkan jawaban responden terhadap indikator dari variabel penelitian yang berkaitan dengan kepuasan. Secara keseluruhan jawaban responden, tidak ada responden yang menjawab Sangat Tidak Setuju terhadap pertanyaan kuesioner yang diberikan. Sementara itu 0.4% dari responden menjawab Tidak Setuju, 9.4% dari responden menjawab Kurang Setuju, 50.8% dari responden menjawab Setuju, dan 39.4% dari responden menjawab Sangat Setuju. Dapat dijelaskan bahwa rata-rata responden menjawab setuju untuk variabel kepuasan dengan nilai rata-rata adalah 4,29. Hasil ini menunjukkan bahwa tanggapan seluruh responden terhadap variabel kepuasan adalah “Sangat Baik”.

Tabel 4.12 juga menunjukkan bahwa nilai rata-rata terkecil didapat pada pertanyaan mengenai rasa aman dengan nilai rata-rata adalah sebesar 3,94, hal ini menjadi tolak ukur kepada BSM untuk meningkatkan lagi keamanan terhadap data nasabah. Sedangkan nilai tertinggi didapat pada pertanyaan mengenai pelayanan mesin ATM.

4.5 Hasil Uji Validitas

Pengujian validitas data dalam penelitian ini dilakukan secara statistik, yaitu dengan menggunakan uji *pearson correlation*. Pertanyaan dinyatakan valid jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ atau nilai *p-value* lebih kecil dari alpha 5%. Hasil mengenai uji validitas dapat dilihat pada Tabel 4.14 berikut:

Tabel 4.13
Hasil Uji Validitas Variabel X

Item Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	P-value	Keterangan
X11	0,701	0,196	0,000	Valid
X12	0,662		0,000	Valid
X13	0,679		0,000	Valid
X14	0,603		0,000	Valid
X15	0,693		0,000	Valid
X21	0,702	0,196	0,000	Valid
X22	0,698		0,000	Valid
X23	0,793		0,000	Valid
X24	0,801		0,000	Valid
X25	0,640		0,000	Valid
X31	0,796	0,196	0,000	Valid
X32	0,821		0,000	Valid
X33	0,835		0,000	Valid
X41	0,879	0,196	0,000	Valid
X42	0,880		0,000	Valid
X43	0,805		0,000	Valid
X51	0,720	0,196	0,000	Valid
X52	0,704		0,000	Valid
X53	0,753		0,000	Valid
X54	0,757		0,000	Valid

Sumber: Data Primer yang diolah, (2018)

Tabel 4.14
Hasil Uji Validitas Variabel Y

Item Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	P-value	Keterangan
Y1	0,753	0,196	0,000	Valid
Y2	0,761		0,000	Valid
Y3	0,806		0,000	Valid
Y4	0,813		0,000	Valid
Y5	0,681		0,000	Valid

Sumber: Data Primer yang diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 4.14 dan 4.15 dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan dari masing-masing variabel dinyatakan valid karena memiliki hubungan yang positif terhadap total skor konstruk. Hubungan positif ini terjadi karena masing-masing pernyataan memiliki nilai signifikansi dibawah alpha 5% dan nilai r_{hitung} lebih besar dari nilai r_{tabel} . Adapun tingkat layanan terhadap ATM (X) dan variabel tingkat kepuasan nasabah (Y) berdasarkan hasil olahan *SPSS Statistics Version 21.0* dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

4.6 Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat ukur untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten dari waktu ke waktu. Untuk mengetahui reliabel atau tidak suatu variabel dilakukan uji statistik

dengan melihat nilai *cronbach alpha*. Kriteria yang digunakan adalah:

1. Jika nilai *cronbach alpha* $> 0,60$ maka pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut adalah reliabel.
2. Jika nilai *cronbach alpha* $< 0,60$ maka pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut adalah tidak reliabel.

Hasil uji reliabilitas dalam penelitian ini menghasilkan nilai *cronbach alpha* dari masing-masing variabel > 0.60 , sehingga seluruh variabel yang digunakan dinyatakan reliabel. Nilai *cronbach alpha* untuk masing-masing variabel dapat dilihat pada tabel 4.15 berikut:

Tabel 4.15
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Jumlah Item	Cronbach Alpha	Nilai Kritis Cronbach Alpha	Keterangan
Kepuasan (Y)	5	0,819	0,600	Reliabel
<i>Tangibles</i> (X1)	5	0,705	0,600	Reliabel
<i>Reliability</i> (X2)	5	0,769	0,600	Reliabel
<i>Responsiveness</i> (X3)	3	0,752	0,600	Reliabel
<i>Assurance</i> (X4)	3	0,815	0,600	Reliabel
<i>Emphaty</i> (X5)	4	0,714	0,600	Reliabel

Sumber: Data Primer yang diolah, (2018)

Berdasarkan Tabel 4.15 diketahui bahwa nilai *Cronbach Alpha* variabel kepuasan (Y) sebesar 0.819, *tangibles* (X₁) sebesar 0.705, *reliability* (X₂) sebesar 0.769, *responsiveness* (X₃) sebesar 0.752, *assurance* (X₄) sebesar 0.752, dan *emphaty* (X₅) sebesar

0.714. Nilai *Cronbach Alpha* setiap variabel lebih besar dari 0.60, artinya bahwa variabel yang diteliti adalah reliabel.

4.7 Hasil Uji Asumsi Klasik

4.7.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi dengan normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah model regresi yang memiliki nilai residual terdistribusi normal. Uji normalitas dilakukan dengan uji Kolmogorov-Smirnov. Hasil pengujian Kolmogorov-Smirnov dapat dilihat pada tabel 4.16 berikut:

Tabel 4.16
Uji Kolmogorov-Smirnov

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.25395878
Most Extreme Differences	Absolute	.041
	Positive	.041
	Negative	-.032
Kolmogorov-Smirnov Z		.406
Asymp. Sig. (2-tailed)		.997

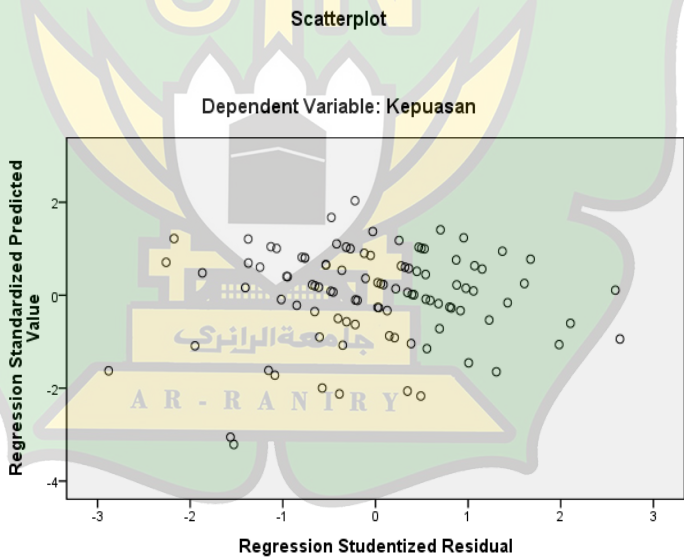
Sumber: Data Primer yang diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 4.16 diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,997 > 0,05$ yang berarti bahwa sebaran data berdistribusi normal. Kesimpulan yang diperoleh adalah data penelitian

berdistribusinormal sehingga penelitian dapat dilanjutkan pada tahapan analisis regresi.

4.7.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variandari residual satu pengamatan kepengamatan yang lain. Jika variandari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi penelitian yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas.



Grafik 4.1
Grafik Pengujian Heterokesdastisitas

Berdasarkan pengujian Heteroskedastisitas pada gambar 4.1 terlihat bahwa plot amatan terhadap residual menyebar acak

sehingga asumsi bahwa varian galat homogen terpenuhi atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Hal ini karena dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variandi dari residual satu pengamatan kepengamatan yang lain

4.7.3 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independen*). Uji multikolinearitas dilakukan dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika nilai VIF < 10 maka tidak terjadi masalah multikolinearitas. Hasil perhitungan data diperoleh nilai VIF sebagai berikut :

Tabel 4.17
Uji Multikolinearitas

Variabel	VIF	Tolerance	Keterangan
<i>Tangibles</i>	1,219	0,820	Tidak terjadi gejala multikolonieritas
<i>Reliability</i>	1,365	0,733	Tidak terjadi gejala multikolonieritas
<i>Responsiveness</i>	1,072	0,933	Tidak terjadi gejala multikolonieritas
<i>Assurance</i>	1,258	0,795	Tidak terjadi gejala multikolonieritas
<i>Emphaty</i>	1,391	0,719	Tidak terjadi gejala multikolonieritas

Sumber: Data Primer Diolah 2018

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas pada tabel 4.17 menunjukkan bahwa semua nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) kurang dari 10 dan nilai *Tolerance* kurang dari 1, sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi gejala multikolinearitas yaitu korelasi antar variabel bebas.

4.8 Hasil Regresi Linier Berganda

Hasil analisis regresi linier berganda berdasarkan pengolahan data dengan menggunakan SPSS sebagaimana diasajikanpata Tabel 4.18 berikut:

Tabel 4.18
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-.898	.383		-2.347	.021		
Tangibles	.425	.061	.441	6.919	.000	.820	1.219
Reliability	.293	.064	.311	4.613	.000	.733	1.365
Responsiveness	.209	.050	.249	4.162	.000	.933	1.072
Assurance	.049	.059	.054	.828	.410	.795	1.258
Emphaty	.305	.060	.347	5.091	.000	.719	1.391

Sumber: Data Primer Diolah 2018

Berdasarkan Tabel 4.18 dapat diketahui model regresi sebagai berikut:

$$Y = -0,898 + 0,425X_1 + 0,293X_2 + 0,209X_3 + 0,049X_4 + 0,305X_5$$

Adapun interpretasi dari model regresi tersebut adalah sebagai berikut :

1. Koefisien regresi dari variabel *tangibls* adalah sebesar 0,425, angka ini menunjukkan bahwa apabila *tangibles* dinaikkan sebesar 100%, maka kepuasan akan naik sebesar 42,5%. Hal

- ini berarti bahwa *tangibles* mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,425.
2. Koefisien regresi dari variabel *reliability* adalah sebesar 0,293, angka ini menunjukkan bahwa apabila *reliability* dinaikkan sebesar 100%, maka kepuasan akan naik sebesar 29,3%. Hal ini berarti bahwa *reliability* mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,293.
 3. Koefisien regresi dari variabel *responsiveness* adalah sebesar 0,209, angka ini menunjukkan bahwa apabila *responsiveness* dinaikkan sebesar 100%, maka kepuasan akan naik sebesar 20,9%. Hal ini berarti bahwa *responsiveness* mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,209.
 4. Koefisien regresi dari variabel *assurance* adalah sebesar 0,049, angka ini menunjukkan bahwa apabila *assurance* dinaikkan sebesar 100%, maka kepuasan akan naik sebesar 4,9%. Hal ini berarti bahwa *assurance* mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,049.
 5. Koefisien regresi dari variabel *emphaty* adalah sebesar 0,305, angka ini menunjukkan bahwa apabila *emphaty* dinaikkan sebesar 100%, maka kepuasan akan naik sebesar 30,5%. Hal ini berarti bahwa *emphaty* mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,305.

4.9 Uji Determinasi

Untuk pengujian koefisien korelasi dapat dilihat pada Tabel 4.19 sebagai berikut :

Tabel 4.19
Hasil Uji Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.828 ^a	.686	.670	.26063

Sumber: Data Primer Diolah 2018

Berdasarkan Tabel 4.19 menunjukkan bahwa nilai R-Square sebesar 0,686 atau 68,6%. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel *reliability*, *tangibles*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphatymampu* menjelaskan variabel kepuasan sebesar 68,6%, sementara sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam penelitian ini.

Besaraan R-square atau koefisien determinasi menjelaskan pengaruh dari vaeiabel-variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama.Semakin besar pula pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen. Pada penelitian ini diperoleh nilai koefisien derterminasi yaitu sebesar 0,686 atai 68,8%. Kesimpulannya bahwa hanya 68,6% dari 100% variabel kepuasan dipengaruhi oleh variabel *reliability*, *tangibles*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty*.

4.10 Hasil Pengeujian Hipotesis

4.11 Uji T (Uji Parsial)

Menurut Malhotra (2010), tujuan uji t adalah untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel independen secara individual dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Untuk menguji hipotesis parsial dapat dilihat hasil uji statistik berdasarkan pengolahan data dengan menggunakan SPSS sebagaimana diasajikanpata Tabel 4.20 berikut:

Tabel 4.20
Hasil Uji Parsial

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-.898	.383		-2.347	.021		
Tangibles	.425	.061	.441	6.919	.000	.820	1.219
Reliability	.293	.064	.311	4.613	.000	.733	1.365
Responsiveness	.209	.050	.249	4.162	.000	.933	1.072
Assurance	.049	.059	.054	.828	.410	.795	1.258
Emphaty	.305	.060	.347	5.091	.000	.719	1.391

Berdasarkan Tabel 4.20 diatas menunjukkan interpretasi dari model regresi tersebut adalah sebagai berikut:

1. Hipotesis pertama menyatakan pengaruh *tangibles* terhadap kepuasan diperoleh nilai t hitung sebesar 6,919 sedangkan t

tabel sebesar 1,984. Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, artinya bahwa *tangibles* secara total atau keseluruhan sangat berpengaruh terhadap kepuasan. Sehingga dapat disimpulkan hipotesis pertama dapat diterima.

2. Hipotesis kedua menyatakan pengaruh *reliability* terhadap kepuasan diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 4,613 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,984. Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, artinya bahwa *reliability* secara *persial* sangat berpengaruh terhadap kepuasan. Sehingga dapat disimpulkan hipotesis kedua dapat diterima.
3. Hipotesis ketiga menyatakan pengaruh *responsiveness* terhadap kepuasan diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 4,162 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,984. Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, artinya bahwa *responsiveness* secara *persial* sangat berpengaruh terhadap kepuasan. Sehingga dapat disimpulkan hipotesis ketiga dapat diterima.
4. Hipotesis keempat menyatakan pengaruh *assurance* terhadap kepuasan diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 0,828 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,984. Nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$, artinya bahwa *assurance* secara *persial* sangat tidak berpengaruh terhadap kepuasan. Sehingga dapat disimpulkan hipotesis keempat ditolak atau tidak dapat diterima.
5. Hipotesis kelima menyatakan pengaruh *emphaty* terhadap kepuasan diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 5,091 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,984. Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, artinya bahwa

emphaty secara *persial* sangat berpengaruh terhadap kepuasan. Sehingga dapat disimpulkan hipotesis kelima dapat diterima.

4.12 Uji F (Uji Simultan)

Menurut Maholtra (2010), uji F menunjukkan apakah semua variabel independen ataupun variabel bebas yang dimasukkan dalam model yang mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Untuk menguji hipotesis simultan dapat dilihat hasil uji statistik berdasarkan pengolahan data dengan menggunakan SPSS sebagaimana disajikan pada Tabel 4.21 berikut :

Tabel 4.21
Hasil Uji Simultan

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	13.969	5	2.794	41.129	.000 ^a
Residual	6.385	94	.068		
Total	20.354	99			

Sumber: Data Primer Diolah 2018

Berdasarkan Tabel 4.21 diketahui bahwa nilai F hitung sebesar 41,129. Sedangkan F tabel sebesar 2,31 (Lampiran). Nilai F hitung > F tabel, hal ini berarti bahwa variabel *reliability*, *tangibles*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan.

4.13 Interpretasi Hasil Penelitian

4.13.1 Pengaruh *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Emphaty* terhadap Kepuasan

Hasil dari pengujian hipotesis ini adalah variabel *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* secara keseluruhan sangat berpengaruh terhadap kepuasan. Kesimpulan ini didapat dari nilai F hitung pada Tabel 4.21 sebesar 41,129 yang lebih besar dari nilai F tabel 2,31. Berdasarkan Tabel 4.19 menunjukkan bahwa nilai R-Square sebesar 0,686 atau 68,6%. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel variabel *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* mampu menjelaskan variabel kepuasan sebesar 68,6%, sementara sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam penelitian ini.

4.13.2 Pengaruh *Tangibles* terhadap Kepuasan

Hasil dari pengujian hipotesis ini adalah variabel *tangibles* secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan, kesimpulan ini didapat dari nilai t hitung pada Tabel 4.20 sebesar 6,919 yang lebih besar dari nilai t tabel 1,988. Berdasarkan Tabel 4.20 menunjukkan bahwa nilai R-Square sebesar 0,425 atau 42,5%. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel *tangibles* mampu menjelaskan variabel kepuasan sebesar 42,5%, sementara sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam penelitian ini.

4.13.3 Pengaruh *Reliability* terhadap Kepuasan

Hasil dari pengujian hipotesis ini adalah variabel *reliability* secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan, kesimpulan ini didapat dari nilai t hitung pada Tabel 4.20 sebesar 4,613 yang lebih besar dari nilai t tabel 1,988. Berdasarkan Tabel 4.20 menunjukkan bahwa nilai R-Square sebesar 0,293 atau 29,3%. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel *reliability* mampu menjelaskan variabel kepuasan sebesar 29,3%, sementara sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam penelitian ini.

4.13.4 Pengaruh *Responsiveness* terhadap Kepuasan

Hasil dari pengujian hipotesis ini adalah variabel *responsiveness* secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan, kesimpulan ini didapat dari nilai t hitung pada Tabel 4.20 sebesar 4,162 yang lebih besar dari nilai t tabel 1,988. Berdasarkan Tabel 4.20 menunjukkan bahwa nilai R-Square sebesar 0,209 atau 20,9%. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel *responsiveness* mampu menjelaskan variabel kepuasan sebesar 20,9%, sementara sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam penelitian ini.

4.13.5 Pengaruh *Assurance* terhadap Kepuasan

Hasil dari pengujian hipotesis ini adalah variabel *assurance* secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan, kesimpulan ini

didapat dari nilai t hitung pada Tabel 4.20 sebesar 0,828 yang lebih kecil dari nilai t tabel 1,988. Berdasarkan Tabel 4.20 menunjukkan bahwa nilai R-Square sebesar 0,049 atau 4,9%. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel *assurance* mampu menjelaskan variabel kepuasan sebesar 4,9%, sementara sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam penelitian ini.

4.13.6 Pengaruh *Empathy* terhadap Kepuasan

Hasil dari pengujian hipotesis ini adalah variabel *emphaty* secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan, kesimpulan ini didapat dari nilai t hitung pada Tabel 4.20 sebesar 5,091 yang lebih besar dari nilai t tabel 1,988. Berdasarkan Tabel 4.20 menunjukkan bahwa nilai R-Square sebesar 0,305 atau 30,5%. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel *emphaty* mampu menjelaskan variabel kepuasan sebesar 30,5%, sementara sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam penelitian ini.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty* dan *tangibles* terhadap kepuasan. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh kesimpulan sebagai berikut.

1. Variable *Tangibles*, *reliability*, *responsiveness* dan *emphaty* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah sedangkan variabel *Assurance* secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.
2. *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Asurance*, dan *Emphaty* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan diatas, maka penulis dapat mengemukakan beberapa saran sebagai berikut:

1. Disarankan kepada Bank Syariah Mandiri cabang Banda Aceh agar tetap menjaga kepuasan nasabah, harus bisa memberi pelayanan yang lebih baik pada nasabah karena salah satu faktor menentukan tingkat keberhasilan dan kualitas pada perusahaan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada nasabahnya. Seperti pada variabel *Assurance* dimana hasil pada penelitian ini menunjukkan ditingkat terendah, dimana variabel ini tidak

2. berpengaruh atau tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah. Maka Bank Syariah Mandiri harus lebih meningkatkan jaminan pada fasilitas ATM seperti lebih menambah CCTV baik di dalam ruangan ATM maupun luar ATM serta keamanan lainnya agar nasabah akan lebih merasa aman saat bertransaksi dan meningkatkan kepuasan nasabah. Semakin bagus pelayanan Bank Syariah Mandiri berikan kepada nasabah maka semakin bertambah pula kepuasan nasabah tersebut. Meningkatnya kepuasan nasabah sangat berdampak positif terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh Bank Syariah Mandiri.
3. Memperhatikan keluhan atau keinginan nasabah terhadap pelayanan yang telah diberikan. Pelayanan juga salah satu faktor dalam persaingan antara perusahaan dengan perusahaan lainnya untuk menarik nasabah dan menjadi nasabah agar tetap loyal terhadap suatu perusahaan tersebut.
4. Untuk peneliti selanjutnya dapat menambah variabel-variabel yang penelitian ini belum dicantumkan dan pengukuran penelitian seperti variabel faktor-faktor apa saja yang dapat menyebabkan meningkatnya kepuasan nasabah terhadap suatu jasa/produk dan menguji ulang kembali variabel yang telah diteliti sehingga memperbaiki variabel yang tidak berpengaruh menjadi berpengaruh.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Departemen Agama Republik Indonesia. Bandung: CV. Penerbit diponegoro.
- Anwar, Mangkunegara Prabu. 2013. *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*, Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Arifin, Zainal. 2014. *Penelitian Pendidikan: Metode dan Paradigma Baru*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. Asyhar, R.
- Cahyani, Putri Dwi. 2016. *Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Layanan Perbankan Syariah Di Yogyakarta: Jurnal*, 6 September, 151–162.
- Dahlan, M. 2009. *Besar Sampel dan Cara Pengambilan Sampel Dalam Penelitian*. Jakarta : Salemba Medika.
- Dahlan, DwiNurfilmarasa. 2009. *Analisis Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Pelayanan Ban Jabar Banten Cabang Cibinong*.
- Farisanu, Ibnu Khayath. 2014. *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Mega, Tbk Cabang Tana Paser*. Samarinda.
- Fathorrahman, 2011. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank Central Asia (BCA) Pemekasan Malang*. Malang.
- Ghozali, Imam. 2008. *Aplikasi Analisa Multivariate Dengan Program SPSS*. Badan Penerbitan Universitas Diponegoro. Bandung
- Gilbert A ,Churchill. 2004. *Dasar-Dasar Riset Pemasaran*. Edisi 4. Jilid I. Alih Bahasa oleh Andriani. Jakarta: Penerbit Erlangga.

- _____,Imam. 2007. *Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Cetakan Empat. Badan. Penerbit Universitas Diponegoro.* Semarang.
- _____.2005.*Model Persamaan Structural Konsep dan Aplikasi Dengan Program Amos 16.* Semarang: Badan Penerbit – Undip.
- Hasibuan, P.S. Malayu. 2015. *Manajemen Sumber Daya Manusia,* Penerbit : PT. Bumi Aksara. Jakarta.
- Hardiyoko. 2009. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah.* Yogyakarta.
- Indrawan, Rully dan Poppy Yaniawati.2014. *MetodelogiPenlitian, Kuantitatif, Kualitatif, dan Campuran Untuk Manajemen, Pembangunan, dan Pendidikan.* Bandung.
- Irawan, Handi. 2002. *Prinsip Kepuasan Pelanggan.* PT Elex Media Computindo : Jakarta.
- Ismail. 2014. *Perbankan Syariah.* Jakarta.
- Kasmir.2002. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan, cetakan 1, edisi 3.* Yogyakarta
- Kasmir.(2005). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya.* Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Kotler, Philip. 2000. *Prinsip – Prinsip Pemasaran Manajemen,* Jakarta. Prenhalindo.
- _____. 1997. *Manajemen Pemasaran, Jilid 1, edisi 12, Indeks.* Jakarta.
- _____,Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian. Salemba Empat.* Jakarta.

- Kuncoro, Achmad. 2001. *Cara Menggunakan dan Memaknai Analisis Asumsi Klasik*, Cetakan Pertama. Bandung: ALFABETA.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa, Teori dan Praktek*. Edisi Pertama. Salemba Empat. Jakarta.
- _____, Rambat dan A, Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa, kedua. Salemba Empat*. Jakarta.
- _____, Rambat dan Hamdani, A. 2007. *Manajemen Pemasaran Jasa, Salemba Empat*. Jakarta.
- Majid, Abdul. 2008. *Perencanaan Pembelajaran, Mengembangkan Standar Kompetensi*. Jakarta: PT. Rosda Karya.
- Mardalis. 2004. *Metodelogi Penelitian (suatu pendekatan proposal)* cetakan ke 7, Jakarta.
- Malhotra, Naresh K. 2010. *Riset Pemasaran (Marketing Research) Edisi 4 Jilid 1*. New Jersey, Indonesia. PT. Indeks.
- Melayu, Hasibuan. 2002. *Manajemen Pemasaran, Edisi Millenium, Jilid 2, PT Prenhallindo*, Jakarta.
- _____, Hasibuan. 2009. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta
- Pandia, Friyanto dan EllySanti. 2005. *Lembaga Keuangan*. Jakarta
- Prasetyo, Bambang dan LinaMiftahulJannah. 2005. *Metode Penelitian Kuantitatif, Teori dan Aplikasi*. Depok.
- Putra, Tofan Kimoro. 2016. *Pengaruh Kualitas Layanan Anjungan Tunai Mandiri dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI Syariah*. Falkultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ilmu Ekonomi Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga. Yogyakarta

- Andriani, Putri. 2015. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Pengguna ATM, Studi Kasus Bank BNI Syariah Cabang Yogyakarta*.
- Hilmi, Rahmat. 2012. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah PT.Bank Mandiri Syariah.Banjarmasin*.
- Sarwoko. 2005. *Metodologi Penelitian*. Jogjakarta. Pusat belajar.
- Setyosari, Puaji. 2012. *Metode Penelitian Pendidikan dan Pengembangan*. Jakarta.
- Siregar, Syofian. 2013. *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta. PT. Bumi Aksara.
- _____. 2012. *Statistik Parametric Untuk Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perhitungan Manual Dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Jakarta.
- Simamora, Bilson. 2007. *Panduan Riset dan Prilaku Konsumen*, PT Gramedia. Banda Aceh.
- Sinambela, LitjanPoltak, dkk. 2011. *Reformasi Pelayanan Publik, Teori, Kebijakan, dan Implementasi*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Pendidikan (pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Alfabeta. Bandung.
- _____. 2005. *Metode Penelitian Bisnis, Edisi Revisi*. Cetakan Kedelapan Belas, Alfabeta, Bandung.
- Sudjana. 2005. *Metode Statistik*. Edisi 6, PT.Tarsito. Bandung
- _____. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif , R&D*; Penerbit CV Alfabeta, Bandung.
- Sukmadinata.2006. *Metode Penelitian Tindakan dan Pengembangan*. Jakarta.

Suryana. 2010. *Metode Penelitian Model Praktis Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, Bandung.

Syaipullah. 2011. *Pengaruh Kemanfaatan Kartu ATM Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Mandiri Cabang Ahmad Yani Pekanbaru*. Fakultas Ekonomi dan Sosial Jurusan Manajemen S-1 Universitas Islam Negeri Sultas Syarif Kasim Pekanbaru Riau.

Tjiptono, Fandy. 2005. *Perpektif manajemen dan pemasaran kontemporer*, Andi offiset. Yogyakarta .

Umar, Husain. 2011. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Edisi kedua. Jakarta. PT. Raja Grafindo persada.

Yulianto, Try. 2015. *Pengaruh Kualitas Pelayanan ATM dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah, Studi Kasus Pada Nasabah Bank BRI*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah. Sukarta.

www.Pendidikanekonomi.com

www.Syariahmandiri.co.id

www.Aceh.tribunnews.com

www.Banksyariahmandiri.co.id جامعة

A R - R A N I R Y

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian

Dalam rangka memenuhi persyaratan untuk menyelesaikan program sarjana (S1) dan memerlukan serangkaian observasi dan pengumpulan data serta informasi yang diperlukan, maka dari itu memerlukan dukunga Saudara/i/Bapak/Ibu untuk meluangkan waktu ditengah segala kesibukan Saudra/I/Bapak/Ibu untuk menjawab semua pertanyaan dalam kuisisioner ini.

Nama : Nurul Husna
Nim : 140603191
Fakultas : Fakultas Ekonomi & Bisnis Islam
Jurusan : Perbankan Syariah
Universitas : Universitas Islam Negeri Ar-Raniry
Keterangan : Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan memberi tanda (√) pada kotak yang sesuai dengan pilihan anda.

Mohon dengan segala hormat kesedian Saudara/I/Bapak/Ibu/Sdr/I untuk menjawab pertanyaan dibawah ini.

A. Indentitas Responden

Silahkan beritanda *Checklist* (√) pada jawaban bapak/ibu pilih pada kolom jawaban yang telah disediakan.

1. Nama

*boleh tidak diisi

2. Jenis Kelamin

1	P
2	L

3. Umur

1	< 20 tahun	4	31 – 40 tahun
2	21- 30 tahun	5	> 41 tahun

4. Pekerjaan

1	Pegawai Nenggri Sipil	4	Mahasiswa
2	Wiraswasta	5	IRT
3	Kontraktor	6	Lain – lain, Sebutkan ...

5. Lama Menjadi Nasabah

1.	Kurang dari 1 tahun	3.	3 – 4 tahun
2.	1 – 2 tahun	4.	4 Tahun keatas

B. Petunjuk Kuesioner

Pengisian :

Berilah tanda *Checklist* (√) pada kolom jawaban yang Bapak/Ibu anggap paling sesuai dengan keadaan Bapak/Ibu/Sdr/I yang sebenarnya.

Keterangan :

- ST = Sangat Setuju
- S = Setuju
- KS = Kurang Setuju
- TS = Tidak Setuju
- STS = Sangat Tidak Setuju

Tangibles (X1)						
No	Daftar Pernyataan	STS	TS	KS	S	ST
1.	Anda puas dengan peralatan modern yang diberikan oleh BSM.					
2.	Anda puas dengan ruangan mesin ATM BSM yang bersih dan memberikan rasa kenyamanan					
3.	Anda puas dengan kondisi pencahayaan pada mesin ATM yang dapat memudahkan anda dalam melakukan transaksi.					
4.	Anda puas dengan jumlah mesin ATM dan jaringan yang mudah diakses yang diberikan oleh BSM.					
5.	Anda Puas dengan tersedianya tempat sampah dalam ruangan mesin ATM BSM					
Reliability (X2)						
6.	Anda puas dengan kondisi mesin ATM BSM yang beroperasi dengan baik.					
7.	Anda merasa puas memperoleh bukti laporan (bukti cetak ataupun ditampilkan pada layar ATM) setelah melakukan transaksi.					
8.	Anda merasa puas dengan penggunaan mesin ATM BSM yang mudah dan tidak berbelit – belit.					
9.	Anda puas dengan tidak adanya gangguan jaringan pada saat melakukan transaksi berjalan.					

Reliability (X2)						
No	Daftar Pernyataan	STS	TS	KS	S	ST
10.	Anda merasa puas dengan adanya tambahan biaya yang dikenakan saat melakukan transaksi pada Bank Mandiri Konvensional.					
Responsiviness(X3)						
11.	Anda merasa puas dengan pemberitahuan tertulis atau tidak tertulis kepada anda apabila mesin ATM BSM tidak dapat digunakan.					
12.	Anda merasa puas dengan pelayanan petugas ketika terdapat masalah dalam pengoperasian mesin ATM BSM.					
13.	Anda merasa puas dengan petugas yang menanggapi keluhan anda dengan baik dan cepat.					
Assurance (X4)						
14.	Anda merasa puas dengan jaminan keamanan yang diberikan oleh BSM.					
15.	Anda puas ketika bertransaksi dengan mesin ATM karena aman dan dapat dipercaya.					
16.	Anda merasa puas dengan penarikan tunai pada mesin ATM BSM yang selalu cepat.					
Emphaty(X5)						
17.	Anda merasa puas dengan lokasi mesin ATM BSM yang strategis dan mudah dijangkau.					
18.	Anda merasa puas dengan perkembangan pelayanan mesin ATM yang sesuai dengan kebutuhan anda.					
19.	Anda merasa puas dengan fitur-fitur yang tersedia di mesin ATM yang sesuai dengan kebutuhan anda.					

Emphaty(X5)						
No	Daftar Pernyataan	STS	TS	KS	S	ST
20.	Anda merasa puas dalam melakukan transfer dana dengan menggunakan mesin ATM.					

Kepuasan (Y)						
No	Daftar Pernyataan	STS	TS	KS	S	ST
1.	Anda merasa puas dengan pelayanan mesin ATM yang diberikan oleh pihak BSM.					
2.	Anda merasa puas dengan pelayanan transaksi yang baik dari pihak BSM, sehingga meningkatkan loyalitas anda kepada bank tersebut.					
3.	Anda merasa puas BSM dapat memenuhi atau memahami kebutuhan anda.					
4.	Anda merasa puas semua kebutuhan via transaksi ATM dapat dipenuhi oleh layanan ATM BSM.					
5.	Anda meras puas BSM memberikan rasa aman dan tidak ada pencurian PIN ATM karena menyediakan penutup yang dipasang dikiri dan dikanan tombol ATM.					

Correlations							
		TOTALX2	X21	X22	X23	X24	X25
TOTAL (X2)	Pearson Correlation	1	.702**	.698**	.793**	.801**	.640**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
(X2) 1	Pearson Correlation	.702**	1	.395**	.364**	.417**	.375**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
(X2) 2	Pearson Correlation	.698**	.395**	1	.511**	.345**	.124
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.220
	N	100	100	100	100	100	100
(X2) 3	Pearson Correlation	.793**	.364**	.511**	1	.640**	.373**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
(X2) 4	Pearson Correlation	.801**	.417**	.345**	.640**	1	.581**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
(X2)5	Pearson Correlation	.640**	.375**	.124	.373**	.581**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.220	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

Correlations					
		X3	X31	X32	X33
TOTAL (X3)	Pearson Correlation	1	.796**	.821**	.835**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
(X3) 1	Pearson Correlation	.796**	1	.463**	.496**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
(X3) 2	Pearson Correlation	.821**	.463**	1	.547**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
(X3) 3	Pearson Correlation	.835**	.496**	.547**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).					

Correlations					
		X4	X41	X42	X43
TOTAL (X4)	Pearson Correlation	1	.879**	.880**	.805**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
(X4) 1	Pearson Correlation	.879**	1	.706**	.523**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
(X4) 2	Pearson Correlation	.880**	.706**	1	.556**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
(X4) 3	Pearson Correlation	.805**	.523**	.556**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).					

Reliability Variabel X

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.705	5

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.769	5

Reliability Statistics

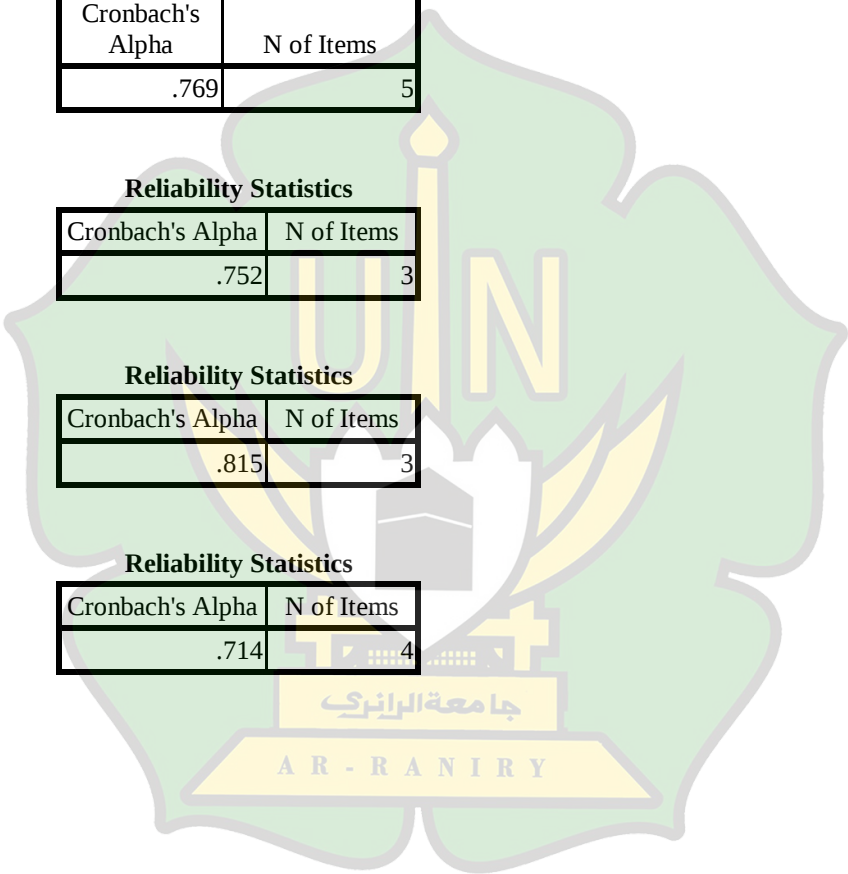
Cronbach's Alpha	N of Items
.752	3

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.815	3

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.714	4



Uji Validitas Variabel Y

Correlations							
		TOTALY	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5
TOTAL Y	Pearson Correlation	1	.753**	.761**	.806**	.813**	.681**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y1	Pearson Correlation	.753**	1	.613**	.476**	.487**	.356**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	.761**	.613**	1	.521**	.466**	.324**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.001
	N	100	100	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	.806**	.476**	.521**	1	.666**	.399**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y4	Pearson Correlation	.813**	.487**	.466**	.666**	1	.475**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y5	Pearson Correlation	.681**	.356**	.324**	.399**	.475**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).							

Reliability Variabel Y

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.819	5

Lampiran 3: Analisis Regresi Linear Berganda

Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.828 ^a	.686	.670	.26063

a. Predictors: (Constant), Emphaty, Tangibles, Responsiveness, Assurance, Reliability

b. Dependent Variable: Kepuasan

Regresi Linear Berganda

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	13.969	5	2.794	41.129	.000 ^a
	Residual	6.385	94	.068		
	Total	20.354	99			

a. Predictors: (Constant), Emphaty, Tangibles, Responsiveness, Assurance, Reliability

b. Dependent Variable: Kepuasan

Correlations

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-.898	.383		-2.347	.021		
Tangibles	.425	.061	.441	6.919	.000	.820	1.219
Reliability	.293	.064	.311	4.613	.000	.733	1.365
Responsiveness	.209	.050	.249	4.162	.000	.933	1.072
Assurance	.049	.059	.054	.828	.410	.795	1.258
Emphaty	.305	.060	.347	5.091	.000	.719	1.391

a. Dependent Variable: Kepuasan

Lampiran 4: Uji Asumsi Klasik

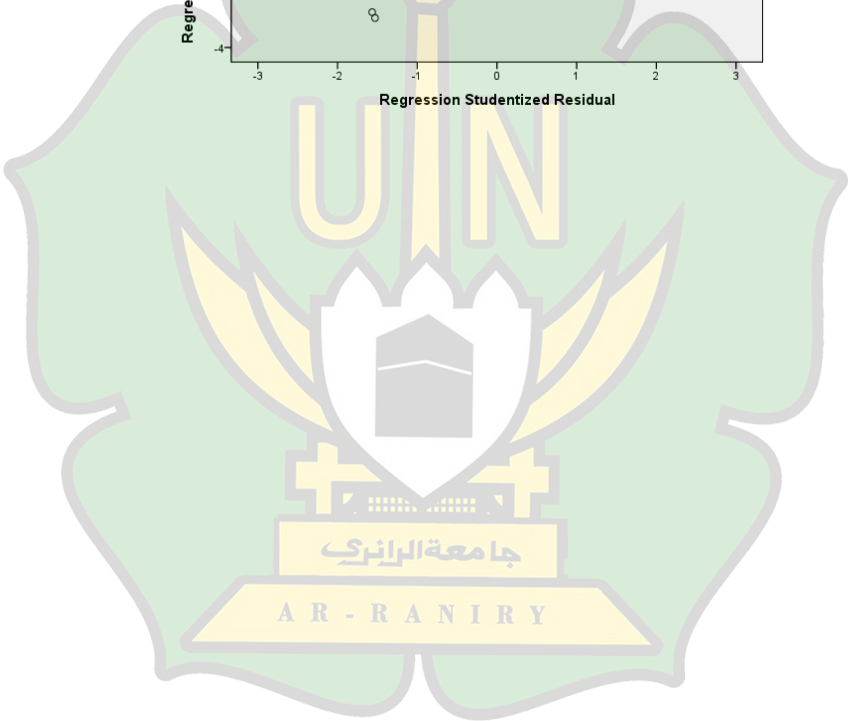
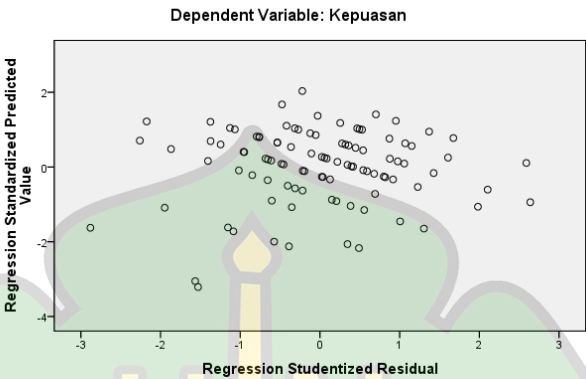
Normalitas

Uji Kolmogorov-Smirnov

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.25395878
Most Extreme Differences	Absolute	.041
	Positive	.041
	Negative	-.032
Kolmogorov-Smirnov Z		.406
Asymp. Sig. (2-tailed)		.997

Uji Heteroskedastisitas

Scatterplot



Lampiran 5: Tabel r

Tabel r untuk df = 1 - 50

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah					
	0.05	0.025	0.01	0.005		0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah					
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001	
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000	
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990	
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911	
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741	
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509	
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249	
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983	
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721	
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470	
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233	
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010	
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800	
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604	
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419	
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247	
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084	

(Lanjutan)

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791

(Lanjutan)

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823

(Lanjutan)

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290

(Lanjutan)

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

Lampiran 6: Tabel Distribusi t
Titik Persentase Distribusi t (df = 1 – 40)

Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
df	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
1	1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30884
2	0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712
3	0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453
4	0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318
5	0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343
6	0.71756	1.43976	1.94318	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763
7	0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529
8	0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079
9	0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681
10	0.69981	1.37218	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370
11	0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.02470
12	0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.68100	3.05454	3.92963
13	0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198
14	0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739

Titik Persentase Distribusi t (df = 1 – 40)

Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
df	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
15	0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283
16	0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615
17	0.68920	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577
18	0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.61048
19	0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86093	3.57940
20	0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181
21	0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715
22	0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499
23	0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49987	2.80734	3.48496
24	0.68485	1.31784	1.71088	2.06390	2.49216	2.79694	3.46678
25	0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019
26	0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47863	2.77871	3.43500
27	0.68368	1.31370	1.70329	2.05183	2.47266	2.77068	3.42103
28	0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40816
29	0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.75639	3.39624
30	0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75000	3.38518
31	0.68249	1.30946	1.69552	2.03951	2.45282	2.74404	3.37490
32	0.68223	1.30857	1.69389	2.03693	2.44868	2.73848	3.36531
33	0.68200	1.30774	1.69236	2.03452	2.44479	2.73328	3.35634
34	0.68177	1.30695	1.69092	2.03224	2.44115	2.72839	3.34793
35	0.68156	1.30621	1.68957	2.03011	2.43772	2.72381	3.34005
36	0.68137	1.30551	1.68830	2.02809	2.43449	2.71948	3.33262
37	0.68118	1.30485	1.68709	2.02619	2.43145	2.71541	3.32563
38	0.68100	1.30423	1.68595	2.02439	2.42857	2.71156	3.31903
39	0.68083	1.30364	1.68488	2.02269	2.42584	2.70791	3.31279
40	0.68067	1.30308	1.68385	2.02108	2.42326	2.70446	3.30688

Titik Persentase Distribusi t (df = 41 – 80)

Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
df	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837

Titik Persentase Distribusi t (df = 41 – 80)

Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
df	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526

Lampiran 7: Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Dependen (X)

No	Tangibles (X1)					Reliability (X2)					Responsiveness (X3)			Assurance (X4)			Empathy (X5)			
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	1	2	3	1	2	3	4
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	5	3	5	5
3	4	4	4	3	3	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	3	4	3	5	5
4	4	5	4	4	4	4	3	4	3	4	4	5	4	4	4	4	5	3	4	4
5	5	4	4	4	4	4	3	3	3	3	5	5	3	4	4	4	5	5	3	5
6	4	4	3	3	3	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	3	3	5	5
7	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
8	5	5	4	4	4	5	2	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5
9	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	3	4	5	4	4	5	4	4	4

Variabel Dependen (X)

N o	Tangibles (X1)					Reliability (X2)					Responsiv eness (X3)			Assuranc e (X4)			Emphaty (X5)			
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	1	2	3	1	2	3	4
40	4	4	4	3	5	4	5	5	5	4	4	3	3	4	4	3	5	5	4	5
41	5	4	3	2	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	3	5	5
42	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	3
43	4	5	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	5
44	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	5	4	5
45	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5
46	4	4	5	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5
47	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
48	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5
49	4	5	4	5	4	5	4	4	5	3	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5
50	4	5	5	2	4	4	4	4	3	3	4	4	3	5	4	4	4	4	3	3
51	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4
52	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
53	5	4	5	3	5	5	4	4	4	5	5	3	3	4	4	4	5	4	4	4
54	3	5	3	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	5	4	4	4	4	4	5
55	5	5	4	2	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4
56	5	5	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
57	4	5	3	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
58	5	4	5	2	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4
59	4	3	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4
60	5	4	4	2	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4
61	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4
62	4	5	4	3	3	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4
63	5	4	3	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4
64	3	4	4	3	5	5	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	5	4	4	4
65	4	3	3	5	4	4	5	5	5	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
66	5	5	5	5	5	4	4	3	3	3	3	3	3	5	5	5	4	4	3	3
67	5	5	5	4	5	4	4	4	3	3	3	3	3	5	5	5	4	4	4	3
68	5	4	4	5	2	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3

Variabel Dependen (X)

N o	Tangibles (X1)					Reliability (X2)					Responsiv eness (X3)			Assuranc e (X4)			Emphaty (X5)			
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	1	2	3	1	2	3	4
69	5	5	5	5	4	4	3	3	3	5	3	3	3	4	4	4	5	4	4	4
70	5	5	5	5	5	4	5	5	4	3	4	3	3	5	4	4	4	4	4	4
71	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	3	3	4	4	4	5	5	4	4
72	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	3	3	5	4	5	5	5	4	4
73	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4
74	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	5	5	5	5	4	4	4
75	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	5	5	5	5	4	3	3	3	3
76	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	3	4	4
77	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4
78	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5
79	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	3	5	5	5	4	3	3	3
80	4	4	4	3	3	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	3	3
81	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	5	5	4	4	4	3	3
82	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4
83	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	3	5	5	4	4
84	5	4	3	4	3	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4
85	5	5	4	4	3	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4
86	5	5	4	3	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4
87	5	4	3	4	4	2	2	2	2	2	5	4	4	5	5	5	2	2	2	2
88	5	5	4	5	4	4	4	4	3	3	4	4	4	5	5	5	4	4	3	3
89	5	5	5	2	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4
90	5	5	5	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
91	5	5	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4
92	5	5	4	2	4	4	4	4	4	3	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4
93	5	3	5	5	5	4	3	3	3	3	4	4	3	5	5	4	4	4	3	3
94	5	5	5	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	5	4	4	4	4	3	3
95	5	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3
96	3	5	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
97	3	3	4	2	5	5	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	5	4	4	4

Variabel Dependen (X)

N o	Tangibles (X1)					Reliability (X2)					Responsiv eness (X3)			Assuranc e (X4)			Emphaty (X5)			
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	1	2	3	1	2	3	4
80	4	4	4	3	3	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	3	3
81	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	5	5	4	4	4	3	3
82	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4
83	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	3	5	5	4	4
84	5	4	3	4	3	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4
85	5	5	4	4	3	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4
86	5	5	4	3	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4
87	5	4	3	4	4	2	2	2	2	2	5	4	4	5	5	5	2	2	2	2
88	5	5	4	5	4	4	4	4	3	3	4	4	4	5	5	5	4	4	3	3
89	5	5	5	2	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4
90	5	5	5	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
91	5	5	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4
92	5	5	4	2	4	4	4	4	4	3	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4
93	5	3	5	5	5	4	3	3	3	3	4	4	3	5	5	4	4	4	3	3
94	5	5	5	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	5	4	4	4	4	3	3
95	5	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3
96	3	5	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
97	3	3	4	2	5	5	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	5	4	4	4
98	5	5	5	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
99	5	5	4	5	5	4	4	3	3	3	5	4	4	5	5	5	4	4	3	3
100	5	5	5	0	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4

Variabel Independen(Y)

N0	Kepuasan (Y)				
	1	2	3	4	5
1	5	5	4	4	4
2	5	4	4	4	4
3	4	4	4	4	4
4	5	5	4	4	4
5	5	5	4	4	4
6	5	5	4	4	4
7	5	5	4	4	4
8	5	5	5	5	4
9	5	5	4	5	4
10	5	5	4	5	4
11	5	4	4	4	4
12	5	4	4	4	4
13	5	4	4	4	4
14	3	3	3	3	2
15	5	5	4	4	4
16	4	4	4	4	4
17	4	5	4	4	5
18	4	5	5	5	3
19	4	5	4	5	4
20	4	4	4	5	5
21	5	5	5	5	4
22	5	4	4	5	4
23	5	5	5	5	4
24	5	5	5	5	3
25	5	3	5	5	4
26	5	5	4	5	3
27	5	5	4	4	4
28	5	5	4	4	3
39	5	4	4	4	3
30	4	4	3	3	3

Variabel Independen(Y)

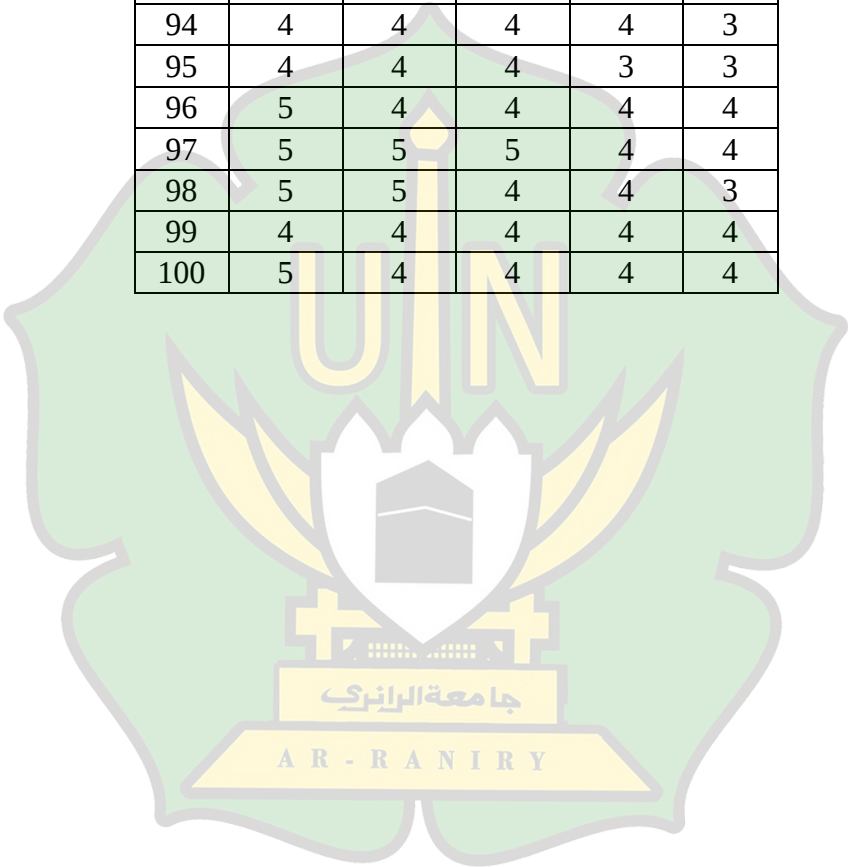
N0	Kepuasan (Y)				
	1	2	3	4	5
31	4	4	3	3	5
32	5	4	4	4	4
33	5	4	3	4	5
34	4	4	3	3	3
35	3	3	3	3	3
36	4	4	3	3	3
37	4	4	3	3	3
38	5	5	4	4	4
49	5	5	4	4	5
40	5	5	4	3	3
41	5	4	4	4	4
42	5	4	4	4	4
43	4	4	3	3	3
44	4	4	4	4	4
45	5	5	4	4	4
46	5	4	4	4	4
47	5	5	4	4	4
48	5	5	5	5	5
49	5	5	5	5	5
50	4	4	4	4	4
51	5	5	5	5	4
52	5	5	5	4	3
53	5	5	5	4	4
54	4	5	5	4	5
55	5	5	5	5	4
56	5	5	4	4	4
57	5	5	4	4	4
58	5	5	5	5	5
59	5	5	5	4	4
60	5	5	5	4	4

Variabel Independen(Y)

N0	Kepuasan (Y)				
	1	2	3	4	5
61	5	4	4	4	4
62	5	5	5	4	4
63	5	5	5	5	4
64	5	5	5	4	4
65	5	5	5	5	5
66	4	4	4	4	4
67	4	4	4	4	4
68	4	4	4	4	4
69	5	5	4	4	4
70	5	5	5	5	5
71	5	5	5	5	4
72	5	5	5	5	4
73	5	5	5	4	4
74	5	5	5	4	4
75	4	4	4	3	3
76	5	5	4	4	4
77	5	5	4	4	4
78	5	5	4	4	4
79	4	4	4	4	4
80	4	4	4	4	4
81	4	4	4	4	4
82	5	5	5	5	4
83	5	5	5	4	4
84	5	5	4	4	4
85	5	5	4	5	5
86	5	5	5	5	5
87	3	3	3	3	2
88	4	3	5	4	4
89	4	5	5	4	5
90	5	4	5	4	5

Variabel Independen(Y)

N0	Kepuasan (Y)				
	1	2	3	4	5
91	5	4	4	4	4
92	5	4	4	4	4
93	4	4	4	4	4
94	4	4	4	4	3
95	4	4	4	3	3
96	5	4	4	4	4
97	5	5	5	4	4
98	5	5	4	4	3
99	4	4	4	4	4
100	5	4	4	4	4



RIWAYAT HIDUP

Nama Lengkap : Nurul Husna
Tempat/Tanggal Lahir : Banda Aceh / 5 Februari 1996
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Kebangsaan/Suku : Indonesia/Aceh
Status : Belum Kawin
Pekerjaan/NIM : Mahasiswi/140603191
Alamat : Jln. Ulhee-lheuu – Spg. Rima,
Gam.Lamlumpu, Kecamatan
Peukan Bada, Kab. Aceh Besar
Email : nurulhusnah472@gmail.com
Orang tua/Wali
a. Ayah : Muhammad Kasem
b. Pekerjaan : Jualan Nasi
c. Ibu : Juairiah
d. Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
Riwayat Pendidikan
a. SD/MIN : MIN Mesjid Raya, Banda Aceh
b. SMP/MT's : SMP 1 Peukan Bada, Aceh Besar
c. SMA/MAN : SMAN 2 Banda Aceh
d. Perguruan Tinggi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry
Banda Aceh

Banda Aceh, 6 Febuari 2019
Penulis,

Nurul Husna