

**SKRIPSI**

**PENGARUH PENANGANAN KELUHAN TERHADAP  
TINGKAT KEPUASAN NASABAH PADA PT BANK ACEH  
SYARIAH CAPEM T. NYAK ARIEF JEULING KEBANDA  
ACEH**



**Disusun Oleh:**

**NISA RAUDHATUL JANNAH  
NIM. 140603192**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY  
BANDA ACEH  
2018M / 1440H**

## LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan di bawah ini

Nama : Nisa Raudhatul Jannah  
NIM : 140603192  
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 bertanggungjawab atas karya ini.*

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 12 Desember 2018  
Yang Menyatakan,



Nisa Raudhatul Jannah

# 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:

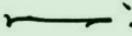
**Pengaruh Penanganan Keluhan Terhadap Tingkat Kepuasan  
Nasabah  
(Studi Pada PT. Bank Aceh Syariah Capem T. Nyak Arief Jeulingke  
Banda Aceh)**

Disusun Oleh:

Nisa Raudhatul Jannah  
NIM: 140603192

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,

  
Dr. Israk Ahmadsyah, B.Ec., M.Ec., M.Sc  
NIP: 19720907 200003 1 001

Pembimbing II,

  
Rosniar, SE., I.M. Ag

AR - RANIRY

Mengetahui

Ketua Program Studi Perbankan Syariah

  
Dr. Israk Ahmadsyah, B.Ec., M.Ec., M.Sc  
NIP: 19720907 200003 1 001

# LEMBAR PENGESAHAN SEMINAR HASIL

SKRIPSI

Nisa Raudhatul Jannah

NIM: 140603192

Dengan Judul:

**Pengaruh Penanganan Keluhan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah  
(Studi Pada PT. Bank Aceh Syariah Capem T. Nyak Arief Jeulingke  
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: Jumat, 16 November 2018 M  
8 Rabi'ul Awwal 1440 H

Banda Aceh  
Tim Penilai Seminar Hasil Skripsi

Ketua,



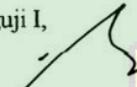
Dr. Israk Ahmadsyah, B.Ec., M.Ec., M.Sc  
NIP: 19720907 200003 1 001

Sekretaris,



Rosniar, SE.I.M.Ag

Penguji I,



Dr. Nilam Sari, M.Ag  
NIP: 197103172008012007

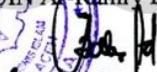
Penguji II,



Ana Fitria, SE., M.Sc  
NIDN: 2005099002

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



  
Dr. Zaki Fuad, M.Ag  
NIP: 9640314 199203 1 003



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

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

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

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Nisa Raudhatul Jannah  
NIM : 140603192  
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah  
E-mail : [nisaraudhatuljannah95@gmail.com](mailto:nisaraudhatuljannah95@gmail.com)

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

Tugas Akhir     KKU     Skripsi     .....

Yang berjudul:

**Pengaruh Penanganan Keluhan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada PT Bank Aceh Syariah Capem T. Nyak Arief Jeulingke Banda Aceh**  
Beserta perangkat yang diperlukan. Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih-media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, dan mempublikasikannya di internet atau media lain:

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

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

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh  
Pada tanggal : 20 Desember 2018

Mengetahui,

Penulis

Nisa Raudhatul Jannah Dr. Israk Ahmadisyah, B.Ec., M.Sc    Rosniak SE.I.M.Ag

Pembimbing I

Pembimbing II

NIP: 19720907 200003 1 001

## LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN

*“Apapun kondisimu... lara ataupun bahagia,  
jangan pernah jauh-jauh dari Allah”*

(Penulis)

يَا أَيُّهَا النَّاسُ أَنْتُمُ الْفُقَرَاءُ إِلَى اللَّهِ وَاللَّهُ هُوَ الْغَنِيُّ الْحَمِيدُ ﴿٦﴾

*Hai manusia, kamulah yang memerlukan Allah; dan Allah Dialah yang Maha Kaya (tidak memerlukan sesuatu) lagi Maha Terpuji.*

إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ﴿٦﴾

*Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.*

(Al-Insyirah: 6)

*Dengan menyebut nama Allah yang maha pengasih lagi maha penyayang. Skripsi kupersembahkan ini sebagai kado kecil nan sederhana kepada Ayah dan Mamak yang telah dan tak pernah lelah mencurahkan cinta kasihnya kepadaku dan teruntuk keluarga besar serta sahabat-sahabat yang senantiasa menyayangi dengan tulus.*

جامع الرانيري

AR - RANIRY

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur kehadiran ALLAH SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah Nya, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan, shalawat dan salam penulis persembahkan keharibaan nabi besar Muhammad SAW yang telah membawa manusia dari alam kegelapan ke alam yang terang benderang seperti yang kita rasakan saat ini.

Alhamdulillah dengan petunjuk dan hidayah Nya, penulis telah selesai menulis sebuah skripsi untuk memenuhi dan melengkapi syarat guna mencapai gelar sarjana pada jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh, dengan judul **“Pengaruh Penanganan Keluhan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Aceh Syariah Capem T. Nyak Arief Jeulingke Banda Aceh”**

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terwujud tanpa ada bantuan dari berbagai pihak, maka pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Dr. Zaki Fuad, M.Ag. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh yang telah membantu penulis dalam hal penyediaan sarana dan prasarana pembelajaran serta pemberian dukungan moril.
2. Dr. Israk Ahmadsyah, B.Ec., M.Ec., M.Sc. sebagai Ketua Jurusan dan Ayumiati, S.E., M.Si. sebagai Sekretaris, serta Mukhlis, S.HI., SE.,

MH. Selaku Operator Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh yang telah memberikan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

3. Dr. Israk Ahmadsyah, B.Ec., M.Ec., M.Sc. dan Rosniar SE, MM. yaitu selaku pembimbing I dan pembimbing II yang telah bersedia untuk meluangkan waktu dan tenaganya, serta kesabaran yang luar biasa dalam membimbing penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
4. Dr. Nilam Sari, M.Ag dan Ana Fitria S.E.M.Sc. yaitu selaku penguji I dan penguji II yang telah memberikan saran yang sangat bermanfaat bagi penulis dan masukan yang membangun kepada penulis untuk penyempurnaan skripsi ini.
5. Muhammad Arifin, Ph.D. selaku Ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Arraniry Banda Aceh dan Akmal Riza, SE,M.Si. yang telah membantu penulis dalam penyempurnaan penulisan skripsi ini.
6. Dr. Nevi Hasnita, M.Ag. Sebagai penasehat akademik serta seluruh staf pengajar jurusan Perbankan Syariah yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat kepada penulis Kemudian kepada seluruh karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-raniry.
7. Pimpinan, seluruh staf dan karyawan bank di tempat penulis melakukan penelitian.
8. Terima kasih yang sebesar-besarnya dan teristimewa kepada ibunda Zuwaida dan ayahanda Anifuddin tercinta yang telah membesarkan dan memberikan kasih sayang yang tiada hingga kepada penulis, semangat, dukungan dan doa yang tak henti-hentinya, sehingga penulis dapat menyelesaikan studi ini. Rasa terima kasih juga penulis ucapkan kepada adik-adik tersayang, Badrul Aini, Mustabizurrahman, Muammar, yang telah memberikan semangat

yang luar biasa kepada penulis dan seluruh keluarga besar yang tidak mungkin disebutkan satu persatu yang telah memberikan motivasi untuk penulis, dengan dukungan dan doa merekalah penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

9. Zainatun Mastura S.E., Ayu Aulia Yossiana S.E., Dian Muzerika S.E., Ulfa Zahara S.Sos., Manfarijah., Rahmah., serta teman-teman mahasiswa dan mahasiswi S1 Perbankan Syariah yang telah sudi mendukung dan memberi motivasi untuk Penulis selama ini.

Penulis menyadari bahwa tulisan ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan. Akhirnya penulis berharap semoga karya yang sederhana ini dapat bermanfaat, dan kepada Allah juga kita berserah diri.Amin.

Banda Aceh, 20 Desember 2018  
Penulis,

Nisa Raudhatul Jannah

جامعة الرانيري  
A R - R A N I R Y

**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	H	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Ẓ	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H
13	ش	Sy	28	ء	’
14	ص	Ṣ	29	ي	Y
15	ض	Ḍ			

## 2. Vokal

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

### a. Vokal Tunggal

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

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

### b. Vokal Rangkap

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

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

Contoh:

كيف : *kaifa*

هول : *haua*

### 3. Maddah

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

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

Contoh:

قَالَ : *qāla*

رَمَى : *ramā*

قِيلَ : *qīla*

يَقُولُ : *yaqūlu*

### 4. Ta Marbutah (ة)

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

- 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 : *Ṭalḥah*

**Catatan:**

**Modifikasi**

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

جامعة الرانيري  
A R - R A N I R Y

## ABSTRAK

Nama Mahasiswa : Nisa Raudhatul Jannah  
NIM : 140603192  
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/  
Perbankan Syariah  
Judul : Pengaruh Penanganan Keluhan  
Terhadap Tingkat Kepuasan  
Nasabah Pada PT Bank Aceh  
Syariah Capem T. Nyak Arief  
Jeulingke Banda Aceh  
Tanggal Sidang : 16 November 2018  
Tebal Skripsi : 139 Halaman  
Pembimbing I : Dr. Israk Ahmadsyah, B.Ec.M.Sc  
Pembimbing II : Rosniar.,S.E.I.,M.Ag

Penanganan keluhan sangat penting dalam perbankan, karena semakin baik penanganan keluhan maka akan semakin baik pula kepuasan nasabahnya. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh penanganan keluhan terhadap tingkat kepuasan nasabah pada PT Bank Aceh Syariah Capem T. Nyak Arief Jeulingke Banda Aceh. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah pada Bank Aceh Syariah Capem Jeulingke. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus slovin. Hasil uji regresi sederhana menyatakan bahwa nilai koefisien regresi bernilai positif maka dengan demikian dapat dikatakan bahwa penanganan keluhan berpengaruh positif terhadap tingkat kepuasan nasabah. Pengujian signifikansi (uji t) menunjukkan bahwa penanganan keluhan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah pada Bank Aceh Syariah Capem Jeulingke.

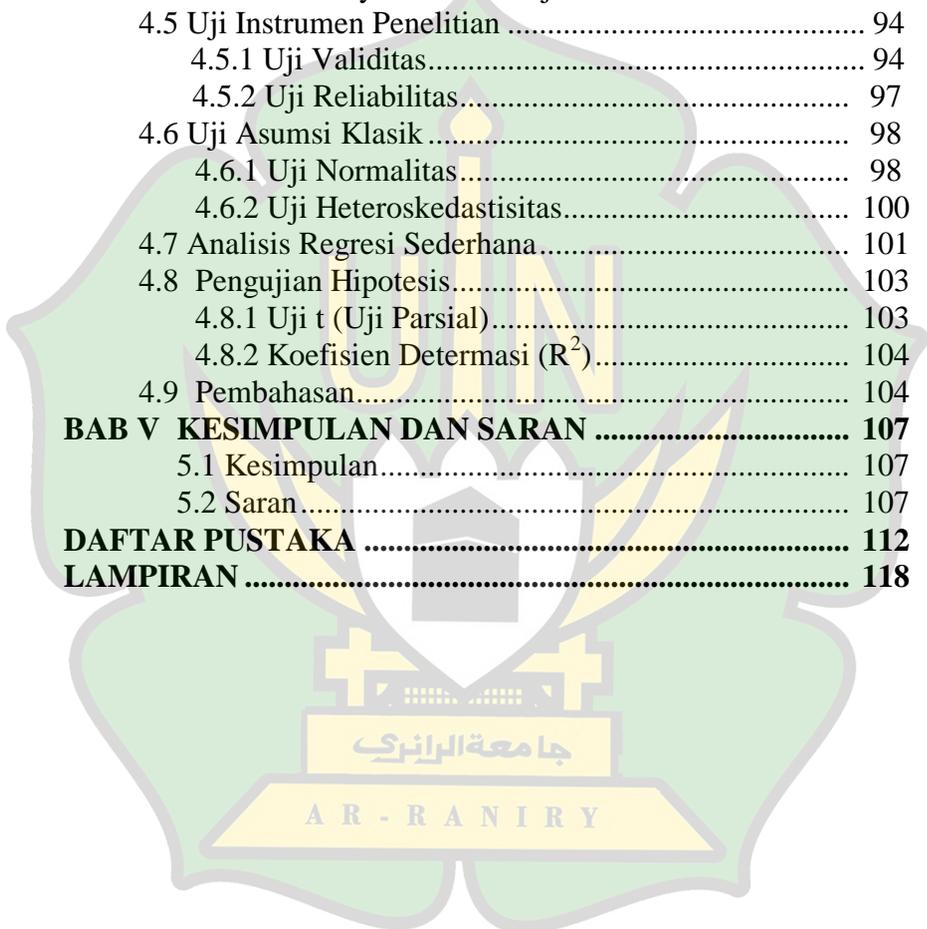
Kata kunci: Penanganan Keluhan, Kepuasan Nasabah

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL KEASLIAN .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL KEASLIAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....</b>	<b>v</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI.....</b>	<b>vi</b>
<b>LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>viii</b>
<b>HALAMAN TRANSLITERASI .....</b>	<b>xi</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xx</b>
<b>DAFTAR SINGKATAN .....</b>	<b>xxi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xxii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	9
1.3 Tujuan Penelitian .....	9
1.4 Manfaat Penelitian .....	9
1.5 Sistematika Pembahasan .....	10
<b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>	<b>12</b>
2.1 Penanganan Keluhan .....	12
2.1.1 Definisi Penanganan Keluhan .....	12
2.1.2 Penjelasan Keluhan Nasabah .....	17
2.1.3 Indikator Keluhan Nasabah.....	20
2.2 Kepuasan Nasabah .....	25
2.2.1 Definisi Kepuasan Nasabah .....	25
2.2.2 Manfaat Pokok Kepuasan Pelanggan.....	32
2.2.3 Manfaat program kepuasan pelanggan .....	32
2.2.4 Indikator Pengukuran kepuasan nasabah .....	35
2.2.5 Elemen-elemen kepuasan pelanggan .....	37
2.2.6 kepuasan nasabah dalam perspektif Islam .....	39
2.3 Nasabah .....	41

2.3.1 Definisi Nasabah.....	41
2.3.2 Tiga Macam Nasabah.....	41
2.3.3 Sifat-Sifat Pelanggan/Nasabah.....	42
2.4 Bank .....	44
2.4.1 Definisi Bank .....	44
2.4.2 Standar Pelayanan Dalam Perbankan .....	44
2.5 Temuan Penelitian Terkait .....	46
2.6 Kerangka Berfikir.....	50
2.7 Hipotesis.....	50
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>52</b>
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	52
3.2 Tujuan dan arah Penelitian.....	53
3.3 Data dan Teknik Pemerolehannya .....	53
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	56
3.5 Skala Pengukuran.....	59
3.6 Definisi Dan Operasional Variabel .....	60
3.7 Uji Instrumen Penelitian .....	63
3.7.1 Uji Validitas dan Reabilitas.....	63
3.7.2 Uji Asumsi Klasik .....	64
3.8 Metode Analisis Data.....	66
3.9 Pengujian Hipotesis.....	68
3.9.1 Uji t (Uji Parsial) .....	68
3.9.2 Uji Koefisiensi Determasi ( $R^2$ ) .....	69
3.10 Tahapan Penelitian .....	70
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>72</b>
4.1 Gambaran Umum PT. Bank Aceh Syariah .....	72
4.2 Visi dan Misi .....	78
4.3 Kegiatan Usaha PT Bank Aceh Capem Jeulingke .....	79
4.3.1 Penghimpunan Dana .....	79
4.3.2 Penyaluran Dana .....	82
4.3.3 Penyaluran Jasa .....	83
4.4 Deskripsi Data Responden .....	85
4.4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	85
4.4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	87

4.4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	89
4.4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Per bulan.....	90
4.4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Lamanya Sudah Menjadi Nasabah .....	92
4.5 Uji Instrumen Penelitian .....	94
4.5.1 Uji Validitas.....	94
4.5.2 Uji Reliabilitas.....	97
4.6 Uji Asumsi Klasik .....	98
4.6.1 Uji Normalitas.....	98
4.6.2 Uji Heteroskedastisitas.....	100
4.7 Analisis Regresi Sederhana.....	101
4.8 Pengujian Hipotesis.....	103
4.8.1 Uji t (Uji Parsial).....	103
4.8.2 Koefisien Determasi ( $R^2$ ).....	104
4.9 Pembahasan.....	104
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>107</b>
5.1 Kesimpulan.....	107
5.2 Saran.....	107
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>112</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>118</b>

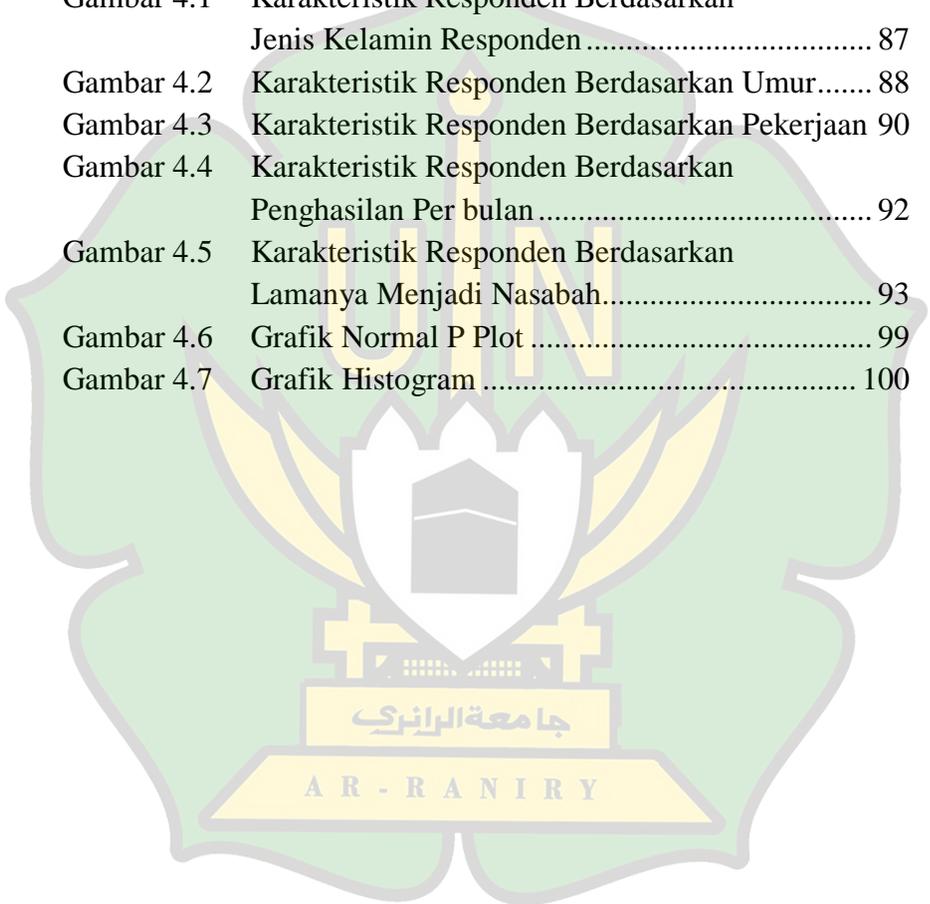


## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Nasabah dan Keluhan Nasabah PT Bank Aceh Syariah Capem T. Nyak Arif Jeulingke 8	
Tabel 2.1	Tabel Item Dan Penjelasan Keluhan Nasabah.....	17
Tabel 2.2	Penelitian Terdahulu.....	47
Tabel 3.1	Kuesioner Penanganan Keluhan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah .....	57
Tabel 3.2	Tabel Pengukuran Skala Likert .....	60
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	86
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur .....	88
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.	89
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan per bulan.....	91
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Lamanya Menjadi Nasabah.....	93
Tabel 4.6	Uji Validitas 30 Sampel.....	94
Tabel 4.7	Uji Validitas 100 Sampel.....	96
Tabel 4.8	Uji Reliabilitas 30 Sampel.....	97
Tabel 4.9	Uji Reliabilitas 100 Sampe.....	98
Tabel 4.10	UjiHeteroskedastisitas .....	101
Tabel 4.11	Analisis Regresi Sederhana .....	102
Tabel 4.12	Tabel Uji t (Uji Parsial) .....	103
Tabel 4.13	Koefisien Determasi ( $R^2$ ) .....	104

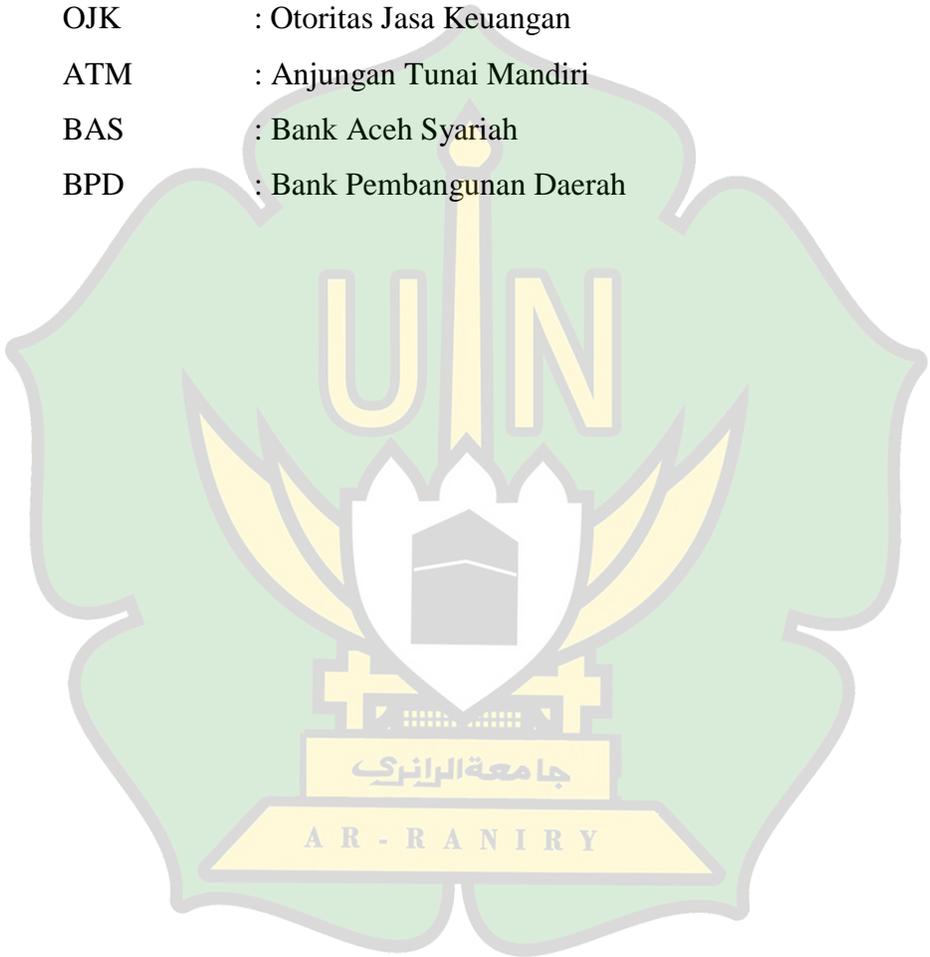
## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Proses Penanganan Keluhan Secara Efektif .....	23
Gambar 2.2	Kerangka Pemikiran.....	50
Gambar 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Responden .....	87
Gambar 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	88
Gambar 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	90
Gambar 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Per bulan .....	92
Gambar 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Lamanya Menjadi Nasabah.....	93
Gambar 4.6	Grafik Normal P Plot .....	99
Gambar 4.7	Grafik Histogram .....	100



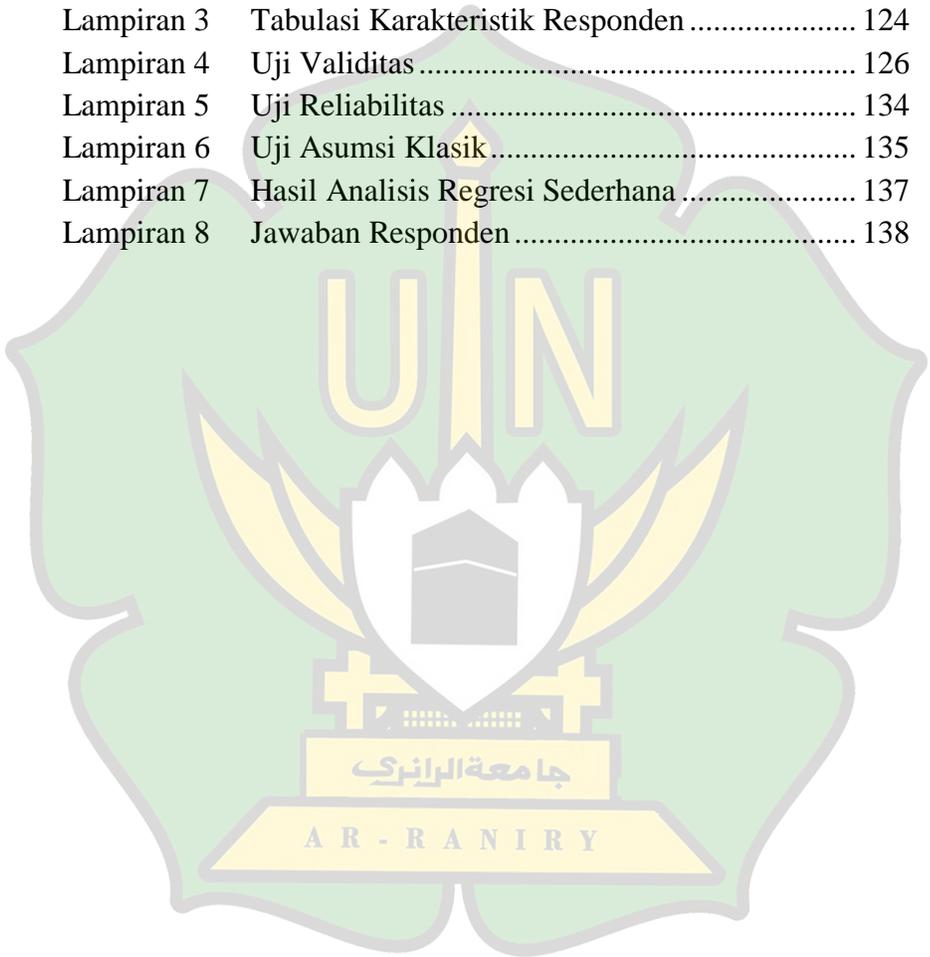
## DAFTAR SINGKATAN

CAPEM	: Cabang Pembantu
OJK	: Otoritas Jasa Keuangan
ATM	: Anjungan Tunai Mandiri
BAS	: Bank Aceh Syariah
BPD	: Bank Pembangunan Daerah



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian .....	115
Lampiran 2	Tabulasi Jawaban Responden .....	121
Lampiran 3	Tabulasi Karakteristik Responden .....	124
Lampiran 4	Uji Validitas .....	126
Lampiran 5	Uji Reliabilitas .....	134
Lampiran 6	Uji Asumsi Klasik .....	135
Lampiran 7	Hasil Analisis Regresi Sederhana .....	137
Lampiran 8	Jawaban Responden .....	138



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Bank Syariah dalam menjalankan usahanya dilakukan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Sejalan dengan pengembangan nasional Indonesia untuk mencapai terciptanya masyarakat yang adil dan makmur berdasarkan demokrasi ekonomi, dikembangkan sistem ekonomi yang berlandaskan pada nilai keadilan, kebersamaan, pemerataan dan manfaat yang sesuai dengan prinsip syariah (Undang-Undang No.21 tahun 2008). Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 01/POJK.07/2013 tanggal 6 Agustus 2013 tentang Perlindungan Konsumen Sektor Jasa Keuangan dan Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan Nomor 2/SEOJK.07/2014 tanggal 14 Februari 2014 tentang pelayanan dan penyelesaian pengaduan konsumen pada pelaku usaha jasa keuangan.

Malayu Hasibuan (2001:15), pelayanan merupakan upaya yang harus dilakukan untuk memenuhi kepuasan nasabahnya. Dalam pelayanan yang diberikan kepada nasabah akan menjadi tolak ukur sejauh mana pihak Bank mampu memberikan pelayanan yang terbaik kepada setiap nasabahnya. Pelayanan adalah kegiatan pemberian jasa dari satu pihak kepihak lainnya. Dalam hal ini, sektor perbankan merupakan suatu industri jasa, karena produknya hanya memberikan pelayanan jasa kepada masyarakat.

Pelayanan yang baik adalah pelayanan yang dilakukan secara ramah tamah, adil, cepat, tepat, dan dengan etika yang baik sehingga memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi yang menerimanya (Hasibuan, 2004: 152). Oleh karena itu, tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan sangat berperan penting dalam mewujudkan perkembangan dan kemajuan perbankan syariah dimasa sekarang dan masa yang akan datang. Contohnya yang sering kita lihat sehari-hari apabila ada seorang nasabah datang ke suatu bank, maka bank harus memberikan pelayanan yang memuaskan dan tentunya nasabah akan setia menabung di bank tersebut dan nasabah tidak akan memindahkan dananya ke pihak perbankan lainnya. Begitu pula sebaliknya, apabila ada seorang nasabah yang datang ke suatu bank dan pihak bank tersebut tidak memberikan pelayanan dengan baik maka nasabah akan berpindah ketempat lain yang menurutnya dapat memberikan kepuasan bagi dirinya.

Begitu pula, dengan peran karyawan yang di dalamnya juga sangat berperan aktif dalam memberikan pelayanan kepada nasabah. Etiket menjadi salah satu hal yang harus sangat dijaga oleh pihak perbankan baik itu bank konvensional maupun syariah, bank harus memiliki *frontliner* yang memiliki etiket. Etiket merupakan tata cara atau tingkah laku yang baik. Etiket pelayanan adalah suatu tingkah laku atau sikap yang ditampilkan oleh petugas pelayanan (*frontliner*) yang dipersepsi baik dan positif oleh publik atau setiap pelanggan baik internal maupun eksternal (Saleh,

2010:211). Petugas *frontliner* di perbankan dituntut agar dapat memuaskan nasabah tanpa melanggar harga diri atau etiket (Kasmir, 2008:176). Pelayanan yang ramah dan beretika mutlak dilakukan oleh pegawai bank dimulai dari nasabah memasuki area *banking hall* sembari petugas mengucapkan salam kepada nasabah, hingga nasabah selesai dan ucapkan terima kasih.

Namun demikian, dalam pelaksanaan operasional perbankan, seringkali ditemukan kegagalan dalam hal pelayanan. Kegagalan dapat melahirkan komplain dari nasabah. Biasanya keluhan nasabah muncul ketika persepsi pelayanan yang diinginkan tidak sesuai dengan apa yang diharapkannya oleh nasabah. Namun, perusahaan tidak dapat menghindari keluhan, mereka hanya dapat belajar untuk secara efektif menanggapi keluhan-keluhan dari nasabah tersebut sesuai dengan prosedur yang telah ditetapkan. Ada juga nasabah yang memberikan kesempatan kepada perusahaan untuk memberikan kepuasan kepada mereka. Dalam beberapa kasus, nasabah yang mengeluh sebenarnya sudah mulai khawatir dengan harapan yang mereka inginkan. Tidak mengherankan jika pelanggan yang sudah merasa puas sering kali adalah pelanggan yang pernah punya masalah, pernah mengeluh dan pernah merasakan betapa bagusnya perusahaan dalam menyelesaikan keluhan mereka. Kesalahan kegagalan dan keluhan tak terelakkan dalam bisnis jasa karena perusahaan perbankan tidak mungkin dapat mencegah semua keluhan, namun perusahaan dapat belajar menemukan solusi yang efektif dengan melakukan

penanganan keluhan yang baik. Keluhan pelanggan bisa berupa, pertanyaan, penolakan, celaan, penilaian, perbandingan dengan produk lain, ketidakmampuan membayar (Sangadji dan Sopiah, 2013: 246-247).

Usaha memuaskan kebutuhan konsumen harus dilakukan secara menguntungkan atau dengan situasi sama menang yaitu keadaan di mana kedua belah pihak merasa puas dan tidak ada yang dirugikan (Sangadji dan Sopiah, 2013:182). Tingkat kepuasan nasabah sangat dipengaruhi oleh pelayanan, di mana kepuasan nasabah menjadi suatu hal yang harus dilakukan karena di sini nasabah sering dianggap “sebagai raja” dan juga pelanggan dianggap “sebagai aset suatu perusahaan”, dan sudah seharusnya di diberikan kepuasan sebaik mungkin yang sesuai dengan keinginannya dan membuat nasabah nyaman mungkin dan menghindari akan hal-hal yang kurang disenangi oleh nasabah. Dengan memberikan pelayanan-pelayanan yang baik seperti halnya memberikan senyuman pada saat nasabah datang, dan ramah dalam melayani nasabah, serta mendengarkan semua keluhan nasabah dengan baik dan segera memperbaiki keluhan-keluhan tersebut, sehingga nasabah merasa sangat puas dengan pelayanan yang diberikan (Kasmir, 2006:32).

Sebaliknya pelayanan yang kurang baik akan berdampak kepada keberlangsungan kegiatan perbankan syariah dan juga akan menghambat perkembangan dan pertumbuhannya, sehingga tidak akan berkembang dengan pesat seperti yang diharapkan oleh

pihak bank, dimana nasabah yang kurang puas dengan pelayanan yang diberikan akan memindahkan seluruh dananya kepada bank lain yang dianggap memberikan kepuasan yang cukup baik atau puas. Oleh sebab itu, bank syariah harus dapat memberikan kepuasan pelayanan kepada nasabah secara efektif dan efisien sesuai dengan kebutuhan nasabah (Kasmir, 2006:32). Menurut Tjiptono kepuasan memberikan dua manfaat utama bagi perusahaan, yaitu berupa loyalitas pelanggan dan *word of mouth* setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan (*customer-oriented*) perlu menyediakan kesempatan dan akses yang mudah dan nyaman bagi para pelanggannya guna menyampaikan saran, kritik dan pendapat (Wahjono & Iman,2010:15).

Dengan adanya penilaian terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak bank kepada nasabah, timbulnya komplain atau keluhan dari nasabah. Pihak bank dituntut untuk bagaimana menghadapi komplain atau keluhan yang dilakukan nasabah, maka bank harus cepat dan tepat dalam melakukan penanganan keluhan, supaya nasabah bisa merasakan kepuasan atas pelayanan penanganan keluhan yang diberikan bank, sehingga nasabah bisa menjadi loyal terhadap bank tersebut (Arifin dan Zainu, 2003:30).

Kepuasan saja tidak cukup karena saat nasabah butuh sesuatu yang lain maka nasabah akan menggunakan bank lain, sedangkan bagi nasabah yang loyal tidak akan berpindah ke bank lain karena mengetahui bahwa bank yang digunakan adalah bank yang terbaik. Apabila bentuk layanan dan program yang ditawarkan hanya

menghasilkan kepuasan nasabah, mungkin dalam jangka pendek bank tersebut akan unggul, sedangkan untuk menjadi unggul dalam jangka panjang, format layanan dan program yang ditawarkan suatu bank harus menghasilkan loyalitas nasabah karena loyalitas nasabah adalah suatu bentuk perilaku nasabah setelah mengalami pelayanan dan mengetahui program-program yang ditawarkan yang mencerminkan adanya ikatan jangka panjang yang terjalin antara Bank dan nasabah ( Tjiptono, 2014:380).

Selain kepuasan, loyalitas pelanggan penting bagi perusahaan, karena, tanpa loyalitas pelanggan perusahaan tidak akan dapat menjalankan kegiatan usahanya dengan baik. Rahmayanty (2010) berpendapat bahwa tanpa pelanggan, perusahaan tidak punya apa-apa, perusahaanlah yang bergantung pada pelanggan dan untuk pelangganlah kita bekerja, karena pelanggan adalah sumber uang dan pekerjaan. Menurut Tjiptono pelanggan yang loyal pada merek tertentu cenderung “terikat” pada merek tersebut dan akan membeli produk yang sama sekalipun tersedia banyak alternatif lainnya (Tjiptono, 2008:77).

Pelayanan untuk menghasilkan kepuasan juga diterapkan oleh Bank Aceh Syariah Cabang Jeulingke, Bank Aceh Syariah menangani keluhan-keluhan dari nasabah dengan baik dan benar sesuai dengan prosedur yang berlaku agar nasabah tidak kecewa, karena pada kenyataannya, pelayanan yang baik pada akhirnya akan mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan, disamping akan mampu mempertahankan pelanggan yang ada (lama) untuk terus

mengonsumsi atau membeli produk yang kita tawarkan, serta akan mampu pula untuk menarik calon pelanggan baru untuk mencobanya. Pelayanan yang optimal pada akhirnya akan meningkatkan *image* perusahaan sehingga citra perusahaan di mata pelanggannya terus meningkat pula. Dengan demikian citra yang baik, segala yang dilakukan perusahaan akan dianggap baik pula (Kasmir, 2005:2-3). Fornell (2003) dalam Anindhya Budiarti mengatakan bahwa suatu perusahaan yang melakukan penanganan yang baik dapat mengubah konsumen yang mengeluh menjadi konsumen yang merasa puas dan setia menggunakan jasa layanan perusahaan. Kepuasan dirasakan langsung oleh konsumen melalui penanganan yang cepat dan tepat atau keluhan-keluhan yang mereka kemukakan.

Namun pada kenyataannya, ditulis di surat kabar “harian merdeka”, dari amatan seorang tukang parkir dikawasan jeulingke, kecamatan syiah kuala, beberapa nasabah yang mengeluh pada ATM bank aceh syariah yang sering bermasalah seperti proses penarikan saat menggunakan mesin ATM Bank Aceh dari 100 pengguna mesin ATM itu, biasanya ada beberapa nasabah mengalami kendala dalam melakukan transaksi. terutama penarikan di awal bulan, transaksi yang sering gagal, masalah jaringan, penarikan berhasil namun tidak keluar uang dari mesin ATM, lambannya proses penarikan saat menggunakan mesin ATM Bank Aceh, transaksi gagal uang tidak keluar namun saldonya berkurang

(pikiran merdeka, Online: 2017). Berikut ini adalah data keluhan nasabah yang diperoleh dari Bank Aceh Syariah Cabang Jeulingke.

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Nasabah Dan Keluhan ATM Nasabah PT Bank Aceh Syariah T. Nyak Arif Jeulingke Banda Aceh**

Tahun	Jumlah Nasabah	Jumlah Keluhan
2013	4337	-
2014	4292	-
2015	4395	300
2016	4509	51
2017	4904	37

Sumber: Hasil Wawancara dengan Kepala Bank dan *Customer Service* Bank Syariah Capem Jeulingke (2018.)

Dari hasil wawancara yang telah peneliti lakukan bahwa ada keluhan pada Bank Aceh Syariah Capem Jeulingke yaitu keluhan ATM, margin, giro dan deposito. Keluhan pada ATM seperti yang sering terjadi yaitu jaringan lambat, pada saat nasabah melakukan penarikan uang tidak keluar, uang keluar sebagian dan sebagiannya lagi tidak keluar, uang tidak keluar tapi selalu terdebit, transfer uang ATM bersama tidak masuk karena gangguan jaringan. Keluhan pada margin yaitu nasabah yang mengeluh dengan tingkat margin yang lebih tinggi, sehingga banyak nasabah yang beralih ke bank lain yang dianggap memberikan tingkat margin yang lebih rendah. Keluhan giro yaitu pada saat pengecekan giro, nasabah yang bukan spesemennya/orangnya tidak dapat mengecek giro, sehingga ada nasabah yang komplain tentang hal tersebut. Sedangkan pada deposito yaitu keluhan pada ATM yang bukan

online dikarenakan sudah ada kode sendiri pada setiap kantor masing-masing.

Dari latar belakang masalah di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Penanganan Keluhan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada PT Bank Aceh Syariah Capem T. Nyak Arief Jeulingke Banda Aceh.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Apakah penanganan keluhan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah pada Bank Aceh Syariah Capem T. Nyak Arif Jeulingke?”

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah dalam penelitian ini, maka tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh variabel penanganan keluhan terhadap tingkat kepuasan nasabah pada Bank Aceh Syariah Capem T. Nyak Arif Jeulingke.

## **1.4 Manfaat penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian, maka manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

1. Untuk menambah wawasan tentang pengaruh penanganan keluhan terhadap tingkat kepuasan nasabah pada Bank Aceh Syariah Cabang Jeulingke
2. Untuk menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya

#### **1.4.2 Manfaat Praktis**

1. Manfaat bagi PT. Bank Aceh Syariah, penelitian ini dapat memberikan informasi mengenai pengaruh penanganan keluhan terhadap tingkat kepuasan nasabah sehingga dapat menjadi bahan evaluasi untuk pengambilan kebijakan selanjutnya.
2. Bagi masyarakat, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai pengaruh penanganan keluhan terhadap tingkat kepuasan nasabah, bila nantinya memilih PT. Bank Aceh Syariah untuk bertransaksi.

#### **1.5 Sistematika Pembahasan**

Agar mempermudah penulisan skripsi, dibawah ini ada beberapa cakupan pembahasan penelitian yang telah dirangkum dalam beberapa Bab. Sebelum isi Bab I berisi : halaman judul, halaman pengesahan, kata pengantar, daftar isi, daftar gambar dan daftar tabel.

**Bab I : Pendahuluan**

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

**Bab II : Landasan Teori**

Pada bab dua ini dijelaskan mengenai landasan teori, temuan penelitian terdahulu, model penelitian, kerangka berfikir, dan hipotesis penelitian.

**Bab III : Metode Penelitian**

Pada bab tiga ini dijelaskan mengenai variabel penelitian, cara penentuan sampel, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, metode analisis yang dipakai dalam penelitian, serta tahapan penelitian.

**Bab IV : Hasil dan Pembahasan**

Pada bab empat ini meliputi deskripsi objek penelitian, analisis data, dan pembahasan atas pengolahan data.

**Bab V : Penutup**

Pada bab yang terakhir ini merupakan kesimpulan yang diperoleh dari seluruh penelitian dan juga saran yang direkomendasikan oleh peneliti kepada perusahaan dan pihak terkait.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Penanganan Keluhan**

##### **2.1.1 Definisi Penanganan Keluhan**

Keluhan berasal dari bahasa latin “plangere” yang artinya adalah memukul dan pukulan ini ditujukan kebagian dada. Saat ini keluhan lebih diartikan sebagai sesuatu yang tidak menyenangkan atau sesuatu yang mengganggu (Irawan, 2003:93).

Keluhan pelanggan merupakan ungkapan emosional pelanggan karena adanya sesuatu yang tidak dapat diterimanya, baik yang berkaitan dengan produk yang ditawarkan maupun dengan pelayanan. Setiap keluhan yang muncul dari calon pelanggan atau pelanggan harus diidentifikasi berdasarkan jenis dan tingkat penyelesaiannya, yang tujuannya adalah untuk mencari jalan keluar yang paling tepat dari keluhan tersebut (Sangadji & Sopiah, 2013:247).

Penanganan komplain nasabah pada bank saat ini, menjadi salah satu kunci utama suatu bank dapat terus tumbuh dan berkembang, karena apabila nasabah merasa tidak mendapatkan layanan yang baik saat menyampaikan keluhan maka nasabah akan dengan mudahnya untuk berpindah ke bank lain yang dianggap bisa memberikan layanan komplain dengan baik (Tjiptono dan Chandra, 2007:48 ).

Penanganan komplain oleh bank menjadi alat untuk mendongkrak perolehan profit bank bersangkutan. Pada dasarnya komplain berhubungan dengan tiga sumber utama, yakni :

- 1.40% masalah yang disebabkan oleh perusahaan, seperti kualitas produk rendah, komunikasi atau informasi yang tidak akurat dan berlebihan, harga yang terlalu mahal, dan lain-lain.
- 2.20% masalah disebabkan karyawan, misalnya sikap dan perilaku kasar dan tidak sopan.
- 3.40% berasal dari pelanggan itu sendiri, misalnya tidak teliti membaca instruksi atau petunjuk yang diberikan, ekspektasi yang berlebihan, dan lain-lain (Wahjono & Sentot Imam: 2010).

Sehingga dapat disimpulkan bahwa penanganan keluhan sangatlah penting untuk diperhatikan dalam suatu industri jasa apalagi jasa perbankan. Karena dengan adanya penanganan keluhan secara cepat dan tepat atas setiap komplain atau keluhan yang masuk dari nasabah akan memberikan peluang bagi perusahaan untuk memuaskan pelanggan yang tidak puas menjadi pelanggan yang puas.

Komplain menurut Tjiptono dalam Wahjono (2010:185) pada dasarnya berhubungan dengan tiga sumber utama, yakni : a. 40% masalah yang disebabkan oleh perusahaan, seperti kualitas produk rendah, komunikasi atau informasi yang tidak akurat dan berlebihan, harga yang terlalu mahal, dan lain-lain b. 20 % masalah disebabkan karyawan, misalnya sikap dan perilaku kasar dan tidak sopan c. 40 % berasal dari pelanggan itu sendiri, misalnya tidak

teliti membaca intruksi atau petunjuk yang diberikan, ekspektasi yang berlebihan dan lain-lain.

Model perilaku keluhan konsumen mengidentifikasi dua tujuan utama untuk mengeluh. Pertama, konsumen mengeluh untuk menutupi kerugian ekonomi. Mereka mungkin berusaha menukar produk yang bermasalah dengan produk lainnya, atau memperoleh uang mereka kembali, baik secara langsung dari perusahaan/toko maupun secara tidak langsung melalui tindakan hukum. Alasan kedua mengapa konsumen terlibat dalam perilaku keluhan adalah untuk membangun kembali citra diri mereka. Sering kali pembelian suatu produk terikat pada citra diri pembeli sehingga bila produk kurang berhasil, citra diri pembeli menurun. Untuk memperbaiki citra diri, konsumen dapat menggunakan komunikasi dari mulut ke mulut yang negatif, berhenti membeli karena melihat merek, mengeluh pada perusahaan atau *Better business bureau*, atau mengambil tindakan hukum (Sangadji & Sopiah, 2013:244).

Dalam hal terjadi ketidakpuasan, paling tidak terdapat empat kemungkinan respon pelanggan :

- 1) Tidak melakukan apa-apa, maksudnya mereka tidak menyampaikan komplainnya kepada siapapun. Mungkin mereka merasa bahwa itu bukan perkara besar yang perlu diributkan. Bisa pula mereka malas atau tidak punya waktu untuk meributkan hal itu atau melakukan komplain kepada perusahaan. Namun, tidak sedikit di antara mereka yang sudah beralih ke pemasok atau penyedia jasa lain.

- 2) Kemungkinan kedua, berhenti membeli produk atau jasa perusahaan bersangkutan dan/atau menyampaikan *negative/bad word-of-mounth* kepada keluarga, rekan sejawat, maupun orang dekat lainnya (*privat action*). Informasi negatif semacam ini biasanya mengalir cepat dan berdampak negatif pada citra perusahaan maupun sikap pelanggan terhadap penyedia jasa dan produknya. Akibatnya, perusahaan bisa kehilangan banyak pelanggan potensial maupun pelanggan saat ini yang beralih ke pesaing.
- 3) Kemungkinan ketiga, menyampaikan komplain secara langsung dan/atau meminta kompensasi kepada perusahaan maupun penyalurnya. Bila hal ini yang terjadi, sesungguhnya perusahaan memperoleh “berkah tersembunyi “ (*blessing in disguise*). Paling tidak perusahaan mendapat umpan balik berharga dari berbagai komplain yang disampaikan dan ada peluang untuk mengatasi masalah sebelum menyebar luas (apalagi sampai merusak citra dan reputasi perusahaan). Bila komplain berhasil ditangani secara efektif dan memuaskan, konsumen yang semula tidak puas bisa berubah menjadi puas dan tetap akan membeli produk/jasa perusahaan. Ini sangat kontras dengan konsumen yang langsung berhenti memakai jasa perusahaan tanpa menyampaikan komplain. Perusahaan tidak akan bisa mengetahui penyebab kekecewaan mereka dan melakukan perbaikan. Sayangnya, hasil riset TARP menunjukkan bahwa hanya 4% diantara para pelanggan yang

memiliki masalah yang secara aktual menyampaikan komplain kepada perusahaan (Albrecht & Zemke, 1985). Sisanya, 96% tetap tidak puas dan menyampaikan kepada sekitar sembilan hingga sepuluh orang lain tentang ketidakpuasannya. Beberapa riset lainnya menunjukkan bahwa sekita 2/3 konsumen tidak pernah melaporkan ketidakpuasannya. Manakala mereka mengalami jasa yang mengecewakan, mereka langsung beralih pemasok, melakukan komunikasi gethok tular negatif atau bahkan kedua-duanya (Stephens & Gwinner, 1998)

- 4) Kemungkinan keempat, mengadu lewat media massa (misalnya menulis 'surat pembaca' surat kabar), mengadu lembaga konsumen atau instansi pemerintah terkait, atau menuntut produsen/penyedia jasa secara hukum. Ini merupakan bentuk komplain yang paling ditakuti kebanyakan perusahaan. Komunikasi pemasaran dan public relations memegang peranan vital dalam mengantisipasi dan menangani kemungkinan terjadinya bentuk komplain ini (Tjiptono, 2014:446-448).

Menurut Endar Sugiarto (1996) dalam M. Nur Rianto Al Arif, 2012: 200, keluhan pelanggan dapat dikategorikan menjadi empat macam, yaitu *Mechanical Complaint* (keluhan mekanikal), *Attitudial Complaint* (keluhan akibat sikap karyawan perusahaan), *Service Related Complaint* (keluhan berkaitan dengan pelayanan) dan *Unusual Complaint* (keluhan yang aneh).

### 2.1.2 Penjelasan Keluhan Nasabah

Tabel berikut ini menjelaskan mengenai item dan penjelasan tentang keluhan nasabah meliputi: Faktor-faktor yang mempengaruhi keluhan nasabah, Keluhan-keluhan pelanggan, Keluhan pelanggan yang sering ditemukan dalam perusahaan, Kemarahan pelanggan yang disebabkan oleh keluhan, Pengantisipasi keluhan pelanggan dengan menyediakan fasilitas yang ada, Perlu memperhatikan ketika memberikan solusi untuk keberatan calon pelanggan agar tidak merasa kecewa. Berikut penjelasan dapat dilihat pada tabel 2.1.

**Tabel 2.1**  
**Item dan Penjelasan Keluhan Nasabah**

No	Item	Penjelasan
1	Faktor-faktor yang mempengaruhi keluhan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tingkat ketidakpuasan meningkat</li> <li>2. Sikap konsumen untuk mengeluh meningkat</li> <li>3. Jumlah manfaat yang diperoleh dari sikap mengeluh meningkat</li> <li>4. Perusahaan disalahkan atas suatu masalah yang terjadi</li> <li>5. Prosedur tersebut penting bagi konsumen</li> <li>6. Sumber-sumber yang tersedia bagi konsumen untuk mengeluh meningkat</li> </ol>
2	Keluhan-keluhan pelanggan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pertanyaan</li> <li>2. Penolakan</li> <li>3. Celaan</li> <li>4. Penilaian</li> <li>5. Perbandingan dengan produk lain</li> <li>6. Ketidaksanggupan membayar</li> </ol>

Tabel 2.1 – Lanjutan

No	Item	Penjelasan
3	Keluhan pelanggan yang sering ditemukan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pelayanan yang diterima tidak seperti yang diharapkan</li> <li>2. Diabaikan dan dibiarkan menunggu tanpa alasan</li> <li>3. Tidak ditanggapi atau tidak diperhatikan</li> <li>4. Produk yang dibeli tidak sama dengan yang dipromosikan</li> <li>5. Mendapat pelayanan yang kurang atau tidak baik</li> <li>6. Kurang atau tidak dihargai</li> <li>7. Lamban dalam pelayanan</li> <li>8. Kesalahpahaman dalam komunikasi</li> </ol> <p>Kesalahan wiraniaga dalam pengambilan dan pembungkusan barang yang dibeli.</p>
4	Kemarahan pelanggan disebabkan oleh keluhan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pelayanan tidak seperti yang dijanjikan</li> <li>2. Merasa tertipu atau dipermainkan</li> <li>3. Merasa diperlakukan dengan kasar</li> <li>4. Dilayani petugas yang tidak kompeten</li> <li>5. Sudah beberapa kali mengeluh tetapi tidak ditanggapi</li> <li>6. Tidak ada yang bertanggung jawab atau saling lempar tanggung jawab atas suatu kesalahan</li> </ol>
5	Pengantisipasi keluhan pelanggan dengan menyediakan fasilitas	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penyediaan kartu komentar</li> <li>2. Penyediaan blangko keluhan pelanggan</li> <li>3. Penyediaan saluran pelanggan (<i>hotline</i>) bebas pulsa bagi keluhan pelanggan</li> <li>4. Penyediaan kontak saran dan pengaduan</li> <li>5. Penyediaan situs web untuk <i>e-mail</i> keluhan pelanggan</li> <li>6. Penyediaan PO BOX untuk pengaduan keluhan</li> </ol>

Tabel 2.1 – Lanjutan

No	Item	Penjelasan
6	Perlu memperhatikan ketika memberikan solusi untuk keberatan calon pelanggan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tunjukkan empati kepada pelanggan seakan kita sendirilah yang merasakan ketidak puasan atau kekecewaan itu</li> <li>2. Ajaklah calon pelanggan berbicara, jangan hanya kita sendiri yang berbicara terima dan dengarkan segala keberatan dengan keberatan</li> <li>3. Adakan pendekatan kepribadian seperti menanyakan nama dan tempat tinggal</li> <li>4. Ajukanlah beberapa pertanyaan yang berhubungan dengan masalah keberatan</li> <li>5. Berikan solusi yang tepat dan menguntungkan kedua belah pihak, misalnya memberikan barang lain yang harganya sama sebagai pengganti</li> </ol>
7	Langkah atau proses untuk mengatasi keluhan pelanggan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mendengarkan secara aktif keluhan pelanggan</li> <li>2. Meminta maaf/berempati kepada pelanggan yang sedang melakukan keluhan</li> <li>3. Memahami situasi pelanggan pada saat menyampaikan keluhan</li> <li>4. Memberikan informasi yang sesuai dan masuk akal</li> <li>5. Menawarkan bantuan kepada pelanggan yang ada keluhan</li> <li>6. Menawarkan alternatif pemecahan masalah dari keluhan tersebut</li> <li>7. Mendapatkan persetujuan pelanggan atas pemecahan masalah keluhan</li> <li>8. Mengambil tindakan dari keluhan tersebut</li> </ol>

**Tabel 2.1 – Lanjutan**

No	Item	Penjelasan
		9. Meminta maaf/menyampaikan terima kasih kepada pelanggan yang menyampaikan keluhan 10. Menindaklanjuti masalah keluhan supaya terselesaikan sesuai dengan keinginan pelanggan.

Sumber: Sangadji & Sopiah (2013: 245-250).

### 2.1.3 Indikator Keluhan Nasabah

4 aspek penanganan keluhan yang penting yaitu :

#### 1. Empati terhadap pelanggan yang marah

Dalam menghadapi pelanggan yang emosi atau marah, staf layanan pelanggan harus berkepal dingin dan bersikap empati. Bila tidak situasi bakal bertambah runyam. Untuk itu perlu diluahkan waktu untuk mendengarkan keluhan mereka dan berusaha memahami situasi yang dirasakan oleh pelanggan tersebut. Dengan demikian permasalahan yang dihadapi dapat menjadi jelas sehingga pemecahan yang optimal dapat diupayakan bersama.

#### 2. Kecepatan dalam penganan keluhan

Kecepatan merupakan hal yang sangat penting dalam penganan keluhan, apabila keluhan pelanggan tidak segera ditanggapi, maka rasa tidak puas terhadap perusahaan akan menjadi permanen dan tidak dapat diubah lagi. Sedangkan apabila keluhan dapat ditangani dengan cepat, maka ada kemungkinan pelanggan tersebut menjadi puas. apabila pelanggan puas dengan cara penganan keluhannya, maka besar kemungkinan ia akan menjadi

pelanggan perusahaan kembali. Hasil riset technical assistance research programs (dikutip dalam Naumann & Giel, 1995) menunjukkan bahwa:

- 70-90% pelanggan yang menyampaikan komplain akan melakukan bisnis lagi dengan perusahaan yang sama apabila ia puas dengan cara penganan keluhannya.
- 20-70% pelanggan yang tidak puas dengan cara penganan komplainnya tidak bakal melakukan bisnis lagi dengan perusahaan yang sama
- Hanya 10-30% pelanggan yang memiliki masalah (tetapi tidak menyampaikan komplain atau meminta bantuan) akan melakukan bisnis lagi dengan perusahaan yang sama.

3. Kewajaran atau keadilan dalam memecahkan permasalahan atau keluhan

Perusahaan harus memperhatikan aspek kewajaran dalam hal biaya dan kinerja jangka panjang. Hasil yang diharapkan tentunya adalah situasi '*win-win*' (fair, realistis, dan proporsional), dimana pelanggan dan perusahaan sama-sama menguntungkan.

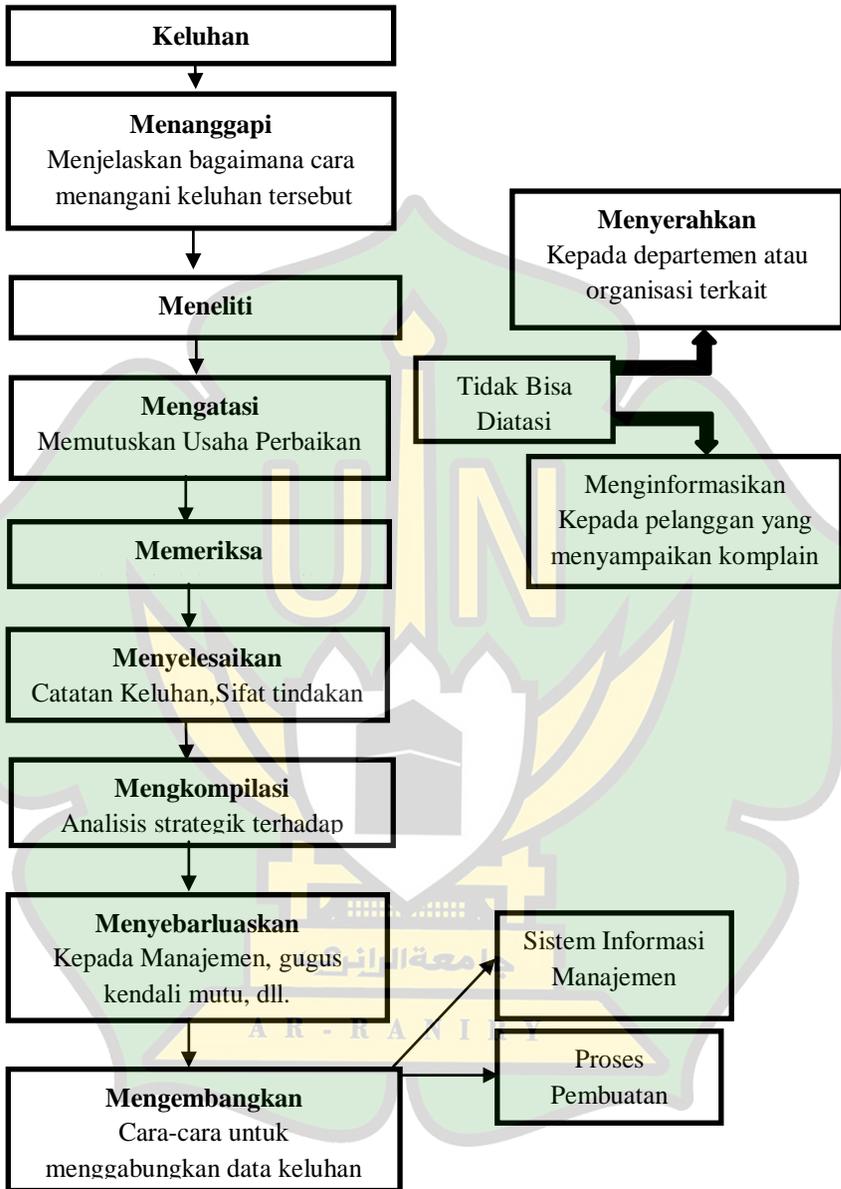
4. Kemudahan bagi konsumen untuk menghubungi perusahaan

Hal ini sangat penting bagi konsumen untuk menyampaikan komentar, saran, kritik, pertanyaan, maupun keluhannya. Disini sangat dibutuhkan adanya metode komunikasi yang mudah dan relatif tidak mahal, dimana pelanggan dapat menyapaikan keluh-

kesahnya. Bila perlu dan memungkinkan, perusahaan dapat menyediakan saluran telepon bebas pulsa (*hot line service*) dan/ website untuk menampung keluhan pelanggan (Tjiptono, Chandra 2011:362-363).

Untuk melakukan proses tawar-menawar dengan konsumen atau pelanggan dengan segala keberatan dan keluhannya dibutuhkan sikap dan perilaku karyawan sebagai berikut :

1. Empati, merasakan apa yang dirasakan dan yang dipikirkan konsumen.
2. Bijaksana, memberikan solusi yang menguntungkan bagi kedua belah pihak baik pihak perusahaan maupun pihak konsumen.
3. Sabar untuk mendengar keluhan konsumen dan mencari solusi yang cepat.
4. Cermat dalam menanggapi keluhan
5. Teliti, sehingga keluhan bisa diminimalkan
6. Bertanggung jawab atas keluhan yang ada (Sangadji & Sopiah, 2013:257).



Sumber: Tjiptono dan Chandra (2011:361).

**Gambar 2.1**  
**Proses Penanganan Keluhan Secara Efektif**

Proses penanganan komplain secara efektif dimulai dari identifikasi dan penentuan sumber masalah yang menyebabkan pelanggan tidak puas dan mengeluh (gambar 4.15). Langkah ini merupakan langkah yang sangat vital, karena menentukan efektivitas langkah-langkah selanjutnya. Sumber masalah ini perlu diatasi, ditindaklanjuti, dan diupayakan agar dimasa datang tidak timbul masalah yang sama. Dalam langkah ini, kecepatan dan ketepatan penanganan merupakan hal krusial. Ketidakpuasan bisa semakin besar apabila pelanggan yang mengeluh merasa keluhannya tidak diselesaikan dengan baik. kondisi ini dapat menyebabkan mereka berprasangka buruk dan sakit hati. Yang terpenting bagi pelanggan adalah bahwa pihak perusahaan harus menunjukkan perhatian, keprihatinan, dan penyesalannya terhadap kecewanya pelanggan dan berusaha memperbaiki situasi. Oleh karena itu, para karyawan perusahaan (terlebih karyawan lini depan yang berhadapan langsung dengan pelanggan) perlu dilatih dan diberdayakan untuk mengambil keputusan dalam rangka menangani situasi-situasi seperti itu.

Penanganan komplain secara efektif memberikan peluang untuk mengubah seorang pelanggan yang tidak puas menjadi pelanggan produk atau jasa perusahaan yang puas (atau bahkan menjadi pelanggan abadi). Manfaat dari penanganan keluhan secara efektif meliputi : (1) penyedia jasa mendapatkan kesempatan lagi untuk memperbaiki hubungannya dengan pelanggan yang kecewa (2) penyedia jasa bisa terhindar dari publisitas negatif (3) penyedia

jasa bisa memahami aspek-aspek layanan yang perlu dibenahi dalam rangka memuaskan pelanggan (4) penyedia jasa akan mengetahui sumber masalah operasinya dan (5) karyawan dapat termotivasi untuk memberikan layanan berkualitas lebih baik (Tjiptono & Chandra 2011:359-360).

## **2.2 Kepuasan Nasabah**

### **2.2.1 Definisi Kepuasan Nasabah**

Secara umum, kepuasan dapat diartikan sebagai adanya kesamaan antara kinerja produk dan pelayanan yang diterima dengan kinerja produk dan diharapkan konsumen. Kata kepuasan atau satisfaction berasal dari bahasa latin “satis” (artinya cukup baik, memadai) dan “facio” (melakukan atau membuat). Secara sederhana kepuasan dapat diartikan sebagai ‘upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu yang memadai’. Namun ditinjau dari perspektif perilaku konsumen, istilah ‘kepuasan pelanggan’ lantas menjadi sesuatu yang kompleks. Bahkan, hingga saat ini belum dicapai kesepakatan atau konsensus mengenai konsep pelanggan: apakah kepuasan merupakan respon emosional ataukah evaluasi kognitif. Ada Beberapa definisi yang dikemukakan oleh pakar tentang kepuasan yaitu :

1. Menurut Zeitham dan Bitner (2005), kepuasan konsumen merupakan “ *customer’s evaluation of a product or service in terms of whether that product or service has met their*

*needs and expectation*. “konsumen yang merasa puas pada produk/jasa yang dibeli dan digunakannya akan kembali menggunakan jasa/produk yang ditawarkan. Hal ini akan membangun kesetiaan konsumen.

2. Menurut Kotler (2005), kepuasan adalah sejauh mana suatu tingkatan produk dipersepsikan sesuai dengan harapan pembeli. Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan persepsi atau kesan dengan kinerja suatu produk harapan-harapannya.
3. Menurut Engel, et al (1990) dalam (Tjiptono, 2001:52) menyatakan bahwa kepuasan nasabah adalah evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil (outcome) tidak memenuhi harapan.

Jadi dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah Perasaan seseorang terhadap hasil yang di dapatkan sesuai dan tidak sesuai dengan keinginan yang diharapkannya setelah terjadinya pembelian, berdasarkan pengalaman-pengalaman yang didapatkan sebelumnya yang akan meembangun kesetiaan nasabah kepada perusahaan. Kepuasan atau ketidakpuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja produk yang riil/aktual dengan kinerja produk yang diharapkan.

Dalam era kompetensi bisnis yang ketat seperti sekarang kepuasan konsumen merupakan hal yang utama. Konsumen diibaratkan sebagai raja yang harus dilayani, meskipun hal ini bukan berarti menyerahkan segala-galanya kepada konsumen. Usaha memuaskan kebutuhan konsumen harus dilakukan secara menguntungkan atau dengan situasi sama menang (*win-win situation*), yaitu keadaan dimana kedua belah pihak merasa puas dan tidak ada yang dirugikan (Sangadji & Sopiah, 2013:182). Kepuasan pelanggan adalah suatu tingkatan dimana perkiraan kinerja produk sesuai dengan harapan pembeli. Kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) bergantung pada perkiraan kinerja produk dalam memberikan nilai, relatif terhadap harapan pembeli. Jika kinerja produk jauh lebih rendah dari harapan pelanggan, pembeli tidak terpuaskan. Jika kinerja melebihi yang diharapkan, pembeli lebih senang. Perusahaan pemasaran terkemuka akan mencari cara sendiri untuk mempertahankan kepuasannya. Pelanggan yang merasa puas akan kembali membeli, dan mereka akan memberi tau yang lain tentang pengalaman baik mereka dengan produk tersebut. Kuncinya adalah menyesuaikan harapan pelanggan dengan kinerja perusahaan. Perusahaan yang pintar bermaksud untuk memuaskan pelanggan dengan hanya menjanjikan apa yang dapat mereka berikan, kemudian memberikan lebih banyak dari yang mereka janjikan (Kotler & Asrmstrong , 2001:13).

Kepuasan konsumen diukur dengan seberapa besar harapan konsumen tentang produk dan pelayanan sesuai dengan kinerja produk dan pelayanan yang aktual. Setelah mengonsumsi produk, konsumen akan merasakan kepuasan atau kekecewaan. Kepuasan akan mendorong konsumen untuk membeli ulang produk. Sebaliknya, jika kecewa, konsumen tidak akan membeli produk yang sama lagi dikemudian hari. Kepuasan konsumen merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan konsumen. Kekecewaan timbul apabila kinerja yang aktual tidak memenuhi harapan konsumen (Sangadji & Sopiah, 2013:180-181).

Ada beberapa metode yang bisa dipergunakan setiap perusahaan untuk mengukur dan memantau kepuasan pelanggannya dan pelanggan pesaing. Menurut Kotler, et al.(2004) mengidentifikasi empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan:

1. Sistem Keluhan dan Saran

Setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan (customer-oriented) perlu menyediakan kesempatan dan akses yang mudah dan nyaman bagi para pelanggannya guna menyampaikan saran, kritik, pendapat, dan keluhan mereka.

2. Ghost Shopping (mystery shopping)

Salah satu cara memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan memperkerjakan beberapa orang *ghost*

*shoppers* untuk berperan atau berpura-pura sebagai pelanggan potensial produk perusahaan dan pesaing.

### 3. *Lost Customer Analysis*

Sedapat mungkin seyogyanya menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan/penyempurnaan selanjutnya.

### 4. Survei Kepuasan Pelanggan

Sebagian besar riset kepuasan pelanggan dilakukan dengan menggunakan metode survei (McNeal & Lamb, dikutip dalam Peterson & Wilson, 1992), baik survei melalui pos, telepon, e-mail, website, maupun wawancara langsung. Pengukuran kepuasan pelanggan melalui metode ini dapat dilakukan dengan berbagai cara, di antaranya :

#### a. Directly Reported Satisfaction

Pengukuran dilakukan menggunakan item-item spesifik yang menanyakan langsung tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan.

#### b. Derived Satisfaction

Setidaknya, pertanyaan-pertanyaan yang diajukan menyangkut dua hal utama yaitu (1) tingkat harapan atau ekspektasi pelanggan terhadap kinerja produk atau perusahaan pada atribut-atribut relevan, dan (2) persepsi pelanggan terhadap kinerja aktual produk atau perusahaan bersangkutan (*perceived performance*).

c. Problem Analysis

Dalam teknik ini, responden diminta mengungkapkan masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan produk atau jasa perusahaan dan saran-saran perbaikan.

d. Importance-Performance Analysis

Teknik ini dikemukakan pertama kali oleh Martilla & James (1997) dalam artikel mereka “*Importance-Performance Analysis*” yang dipublikasikan di *Journal Of Marketing*. Dalam teknik ini, responden diminta untuk menilai tingkat kepentingan berbagai atribut relevan dan tingkat kinerja perusahaan (*perceived performance*) pada masing-masing atribut tersebut. Kemudian, nilai rata-rata tingkat kepentingan atribut dan kinerja perusahaan akan dianalisis di *Importance-Performance Matrix*.( Tjiptono & Chandra, 2011:314-319)

Menurut schnaars (1991), pada dasarnya tujuan sebuah bisnis adalah menciptakan para pelanggannya yang puas. sejalan dengan itu, berbagai upaya telah dilakukan untuk menyusun rerangka teoritikal guna menjelaskan determinan, proses pembentukan dan konsekuensi kepuasan pelanggan. Secara garis besar, riset-riset kepuasan pelanggan didasarkan pada tiga teori utama : *contrast theory*, *assimilation theory*, dan *assimilation-contrast theory*.

*Contrast theory*, berasumsi bahwa konsumen akan membandingkan kinerja produk aktual dengan ekspektasi pra-

pembelian. Apabila kinerja aktual lebih besar atau sama dengan ekspektasi, maka pelanggan akan puas. sebaliknya, jika kinerja aktual lebih rendah jika dibandingkan ekspektasi, maka konsumen akan tidak puas kepada perusahaan.

*Assimilation theory* menyatakan bahwa evaluasi purnabeli merupakan fungsi positif dari ekspektasi konsumen pra-pembelian. Karena proses diskonfirmasi secara psikologis tidak enak dilakukan, konsumen cenderung secara perseptual mendistorsi perbedaan antara ekspektasi dan kinerjanya ke arah ekspektasi awal, dengan kata lain, penyimpangan dari ekspektasinya cenderung akan diterima oleh konsumen bersangkutan.

*Assimilation-contrast theory* berpegangan bahwa terjadinya efek asimilasi (*assimilation effect*) atau efek kontras (*contrast effect*) merupakan fungsi dari tingkat kesenjangan antara kinerja yang diharapkan dan kinerjan aktual. Apabila kesenjangannya besar, konsumen akan memperbesar gap tersebut, sehingga produk dipersepsikan jauh lebih bagus/buruk dibandingkan kenyataannya (sebagaimana halnya *contrast theory*). Namun, jika kesenjangannya tidak terlampau besar, *assimilation theory* yang berlaku. Dengan kata lain, jika rentang deviasi yang bisa diterima (*acceptable deviationsi*) dilewati, maka kesenjangan antara ekspektasi dan kinerja akan menjadi signifikan dan disitulah efek kontras berlaku (Tjiptono & Chandra, 2011:298).

### **2.2.2 Manfaat Pokok Kepuasan Pelanggan**

Beberapa manfaat pokok yang akan diperoleh oleh perusahaan dengan memperhatikan kepuasan pelanggan (Tjiptono, 2006:7), antara lain :

- 1) Reputasi perusahaan semakin positif dimata masyarakat pada umumnya dan pelanggan khususnya.
- 2) Dapat mendorong terciptanya loyalitas pelanggan.
- 3) Memungkinkan terciptanya rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan sehingga semakin banyak orang yang akan membeli dan menggunakan produk tersebut.
- 4) Meningkatkan volume penjualan.
- 5) Hubungan antara perusahaan dan para pelanggannya menjadi harmonis.
- 6) Mendorong setiap anggota organisasi untuk bekerja dengan tujuan serta kebanggaan yang lebih baik.
- 7) Menekan biaya melayani pelanggan sebagai dampak fator familiaritas dan relasi khusus dengan pelanggan.
- 8) Terbukanya peluang melakukan penjualan silang produk.

### **2.2.3 Manfaat program kepuasan pelanggan, diantaranya :**

1. Reaksi terhadap produsen berbiaya rendah

Dimana persaingan dalam banyak indutri ditandai dengan overcapacity dan oversupply. Dalam berbagai kasus, hal ini menyebabkan pemotongan harga menjadi senjata strategik untuk meraih pangsa pasar. Terfokus pada kepuasan pelanggan

merupakan upaya yang dilakukan untuk mempertahankan pelanggan dalam rangka menghadapi para yang menerapkan program berbiaya rendah. Namun ada juga perusahaan yang mendapati bahwa cukup banyak pelanggan yang sebenarnya bersedia membayar harga yang lebih mahal untuk pelayanan dan kualitas lebih baik. Konsumen yang semacam ini tidak bakal mengorbankan tingkat kualitas yang bisa diterima hanya semata-mata untuk penghematan biaya tertentu yang dianggap tidak begitu signifikan.

## 2. Manfaat ekonomik retensi pelanggan versus perpetual prospecting

Upaya untuk mempertahankan dan memuaskan pelanggan yang ada saat ini, jauh lebih murah dibandingkan upaya terus menerus menarik atau memprospek pelanggan baru. Hal ini dikarenakan komponen biaya untuk mencari pelanggan baru meliputi sejumlah hal seperti biaya iklan, biaya mendidik pelanggan agar memahami sistem dan prosedur layanan perusahaan, biaya memahami kebutuhan dan keinginan spesifik pelanggan yang baru, biaya untuk meyakinkan pelanggan agar bersedia beralih dari pemasok sebelumnya/pesaing.

## 3. Nilai kumulatif dari relasi berkelanjutan

Upaya untuk mempertahankan loyalitas pelanggan terhadap produk dan jasa perusahaan selama waktu periode yang lama bisa menghasilkan anuitas yang jauh lebih besar daripada pembelian individual.

#### 4. Daya persuasif gethok tular (word of mouth)

Dalam banyak industri (terutama sektor jasa) pendapat /opini positif dari teman dan keluarga jauh lebih persuasif dan kredibel keimbang iklan. Oleh sebab itu, banyak perusahaan yang tidak hanya meneliti kepuasan total, namun juga menelaah sejauh mana pelanggan bersedia merekomendasikan produk perusahaan kepada orang lain. Sebaliknya Gethok tular negatif bisa merusak reputasi dan citra perusahaan. Dimana pelanggan yang tidak puas bisa mempengaruhi sikap dan penilaian negatif rekan atau keluarganya terhadap barang dan jasa perusahaan. Gethok tular negatif biasanya tersebar jauh lebih cepat dibandingkan gethok tular positif. Bahkan biasanya dikatakan gosip yang negatif bisa menyebar secara virus. Apalagi ada kecenderungan bahwa lebih besar kemungkinan seorang pelanggan yang tidak puas menceritakan pengalaman buruknya kepada orang lain ketimbang pelanggan yang puas menyampaikan pengalaman positifnya. balum lagi ada kecenderungan bahwa orang suka melebih-lebihkan cerita pengalaman yang ia alami. Itulah sebabnya banyak perusahaan yang mengadopsikan program kepuasan pelanggan.

#### 5. Reduksi sensitif harga

Dalam sebuah perusahaan Pelanggan yang puas dan loyal cenderung lebih jarang menawar harga untuk setiap pembelian individualnya. Dikarenakan faktor kepercayaan (trust) telah terbentuk. Pelanggan yakin bahwa perusahaan langganannya tidak

bakal bersikap oportunistik an memanfaatkan mereka untuk kepentingan sesaat.

#### 6. Kepuasan pelanggan sebagai indikator kesuksesan bisnis di masa depan

Pada hakikatnya kepuasan pelanggan merupakan suatu strategi jangka panjang, dikarenakan butuh waktu yang cukup lama sebelum bisa membangun dan mendapatkan reputasi atas layananan prima dan kerap kali juga dituntut investasi yang besar pada serangkaian aktivitas yang ditujukan untuk membahagiakan pelanggan saat ini dan pelanggan masa yang akan datang. Program kepuasan pelanggan relatif mahal dan tidak mendatangkan laba dalam jangka pendek. Akan tetapi, hasilnya bisa dituai dalam jangka panjang dan manfaat tersebut dapat bertahan lama. Oleh karena itu, kepuasan pelanggan merupakan indikator kesuksesan bisnis dimasa depan yang mengukur kecenderungan reaksi pelanggan terhadap perusahaan di masa yang akan datang.

#### 2.2.4 Indikator Pengukuran Kepuasan Nasabah

Tjiptono mengutarakan enam inti objek pengukuran kepuasan pelanggan , sebagai berikut:

##### 1. Kepuasan Pelanggan Keseluruhan (*Overall Customer Satisfaction*)

Cara mengukur kepuasan pelanggan secara keseluruhan yaitu dengan Menanyakan kepada pelanggan langsung adalah cara yang paling sederhana dalam menilai kepuasan pelanggan. ada dua bagian dalam proses pengukurannya. Pertama, mengukur tingkat

kepuasan pelanggan terhadap produk atau jasa yang bersangkutan .  
kedua, menilai dan membandingkan dengan tingkat kepuasan pelanggan keseluruhan terhadap produk atau jasa para pesaing.

## 2. Dimensi Kepuasan Konsumen

Berbagai penelitian memilih kepuasan nasabah ke dalam komponen-komponennya. Umumnya proses semacam ini terdiri atas empat langkah. Pertama, mengidentifikasi dimensi-dimensi kepuasan pelanggan. Kedua, meminta pelanggan untuk menilai produk dan atau jasa perusahaan berdasarkan item-item spesifik, seperti kecepatan layanan, fasilitas layanan, atau keramahan staff layanan pelanggan. Ketiga, meminta pelanggan menilai produk/jasa pesaing berdasarkan item-item spesifik yang sama. Keempat, meminta para pelanggan untuk menentukan dimensi-dimensi yang menurut mereka paling penting dalam menilai kepuasan pelanggan keseluruhan.

## 3. Konfirmasi Harapan (*Confirmation Of Expectation*)

Dalam konsep ini, kepuasan tidak diukur secara langsung, namun disimpulkan berdasarkan kesesuaian atau ketidaksesuaian antara harapan yang diinginkan oleh pelanggan dengan kinerja yang didapatkan.

## 4. Minat Dalam Melakukan Pembelian Ulang (*Repurchase Intent*)

Cara mengukur kepuasan ini dengan menanyakan kepada pelanggan apakah mereka akan belanja atau menggunakan jasa perusahaan kembali.

## 5. Kesiediaan Untuk Merekomendasikan Produk Dan Layanan Kepada Orang Lain (*Willingness To Recommend*)

Kesiediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk atau jasa kepada orang lain seperti teman dan keluarganya menjadi suatu ukuran yang sangat penting untuk dianalisis dan ditindaklanjuti oleh sebuah perusahaan.

## 6. Ketidakpuasan Pelanggan

Beberapa macam aspek yang sering ditelaah bila mengetahui ketidakpuasan pelanggan, meliputi komplain, pengembalian produk, biaya garansi, penarikan kembali produk dari pasar, gethok tular negatif dan konsumen beralih ke pesaing (Tjiptono dan Fandy, 2007:366).

### 2.2.5 Elemen-Elemen Program Kepuasan Pelanggan

#### 1. Barang dan jasa berkualitas

Suatu perusahaan ingin menerapkan program kepuasan pelanggan harus memiliki produk berkualitas baik dan layanan prima. Paling tidak, standarnya harus menyamai para pesaing utama dalam industri. Untuk itu, berlaku prinsip "*quality comes first, satisfaction programs follow*". Biasanya perusahaan yang tingkat kepuasannya tinggi pula. Kerap kali itu merupakan cara mereka menjustifikasi harga yang lebih mahal.

#### 2. *Relationship marketing*

Kunci pokok dalam setiap program promosi loyalitas adalah upaya untuk menjalin relasi jangka panjang dengan para pelanggan.

Relasi yang kokoh dan saling menguntungkan antara penyedia jasa dan pelanggan dapat membangun bisnis ulangan dan menciptakan loyalitas pelanggan.

### 3. Program promosi loyalitas

Program promosi loyalitas banyak diterapkan oleh perusahaan untuk menjalin relasi antara perusahaan dan pelanggan. Biasanya, program ini memberikan semacam ‘penghargaan’ (*rewards*) khusus seperti bonus, diskon, *voucher*, dan hadiah yang dikaitkan dengan frekuensi pembelian atau pemakaian produk/jasa perusahaan kepada pelanggan yang sudah kelas kakap atau pelanggan rutin (*heavy users*) agar tetap loyal pada produk dari perusahaan bersangkutan.

### 4. Fokus pada pelanggan terbaik (*best customers*)

Sekalipun program promosi loyalitas beraneka ragam bentuknya, namun semuanya memiliki kesamaan pokok dalam hal fokus pada pelanggan yang paling berharga/terbaik. Program-program yang semacam ini berfokus pada 20 persen dari pelanggan yang secara rutin mengkonsumsi 80 persen dari penjualan perusahaan.

### 5. Sistem penanganan komplain secara efektif

Setiap perusahaan harus memiliki sistem Penanganan komplain secara efektif, dimana penanganan komplain terkait erat dengan kualitas produk. Perusahaan harus terlebih dahulu memastikan bahwa barang dan jasa yang dihasilkannya benar-

benar berfungsi sebagaimana mestinya sejak awal. Baru setelah itu, jika ada masalah, perusahaan segera berusaha memperbaikinya lewat sistem penanganan keluhan komplain. Jadi, jaminan kualitas harus mendahului penanganan komplain. Keterlibatan langsung manajemen puncak dalam menangani keluhan pelanggan juga sangat penting, karena bisa mengkomunikasikan secara nyata komitmen perusahaan dalam memuaskan setiap pelanggan. Selain itu, para staf layanan pelanggan harus diseleksi dan dipantau secara cermat guna memastikan bahwa mereka benar-benar berorientasi pada pemuasan kebutuhan pelanggan.

#### 6. *Unconditional guarantees*

Hal ini dibutuhkan untuk mendukung keberhasilan program kepuasan pelanggan. Garansi merupakan janji eksplisit yang disampaikan kepada para pelanggan mengenai tingkat kinerja yang dapat diharapkan bakal mereka terima.

#### 7. Program *pay-for-performance*

Program kepuasan pelanggan tidak bisa terlaksana tanpa adanya dukungan sumber daya manusia organ manusia. Sebagai ujung tombak perusahaan yang berinteraksi langsung dengan para pelanggan dan berkewajiban memuaskan mereka, karyawan juga harus dipuaskan kebutuhannya (Tjiptono, 356-361:2014).

### **2.2.6 Kepuasan Nasabah Dalam Perspektif Islam**

Islam sebagai yang *rahmatan lil'alamin* telah mengajarkan kepada kita tentang tata cara bersikap dan bertindak. Dalam

konteks dunia usaha, khususnya perbankan syariah, tentu kaidah tersebut sangat penting untuk dilakukan karena terkait dengan salah satu fungsi dari perbankan yakni kepuasan pelanggan/nasabah.

Sebagaimana dalam firman Allah SWT:

فِيمَا رَحِمَةٍ مِنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ ۖ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ ۗ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ

وَشَاوِرْهُمْ فِيمَا أَمَرَ ۗ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya : “Maka disebabkan oleh rahmad Allah-lah kamu berlemah lembut pada mereka. Sekiranya kamu bersikap kasar lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Oleh karena itu, maafkanlah mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian bila kamu sudah membulatkan tekad, maka bertawakal-lah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertakwa kepada-Nya” (Q.S. Ali-Imran [3]:159).

Dari ayat tersebut, Allah mengajarkan kepada kita agar senantiasa bersikap lemah lembut terhadap orang lain dan bukan berarti kita tidak boleh kasar (tegas) dalam bertindak, namun dalam konteks pelayanan kepada nasabah, maka perilaku lemah lembut tersebut merupakan hal yang sangat penting dalam memuaskan nasabah.

## **2.3 Nasabah**

### **2.3.1 Definisi Nasabah**

Nasabah adalah raja artinya seorang raja harus dipenuhi semua keinginan dan kebutuhannya. Pelayanan yang diberikan harus seperti melayani seorang raja dalam batas-batas etika dan moral dengan tidak merendahkan derajat bank atau derajat CS itu sendiri (Kasmir, 2008:230). Nasabah adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya (Kotler dkk, 2000:52).

Nasabah merupakan orang yang menggunakan fasilitas jasa yang disediakan oleh salah satu lembaga keuangan baik bank maupun nonbank. Bagi yang menggunakan fasilitas jasa penyimpanan uang (tabungan) biasanya disebut nasabah kreditur dan yang menggunakan fasilitas jasa peminjaman atau pembiayaan disebut nasabah debitur (Rochaty & Fresnaty, 229 & 273).

### **2.3.2 Ada Tiga Macam Nasabah**

Dalam praktiknya, nasabah di bagi dalam tiga kelompok berikut :

- a. Nasabah baru, artinya nasabah jenis ini baru pertama kali datang keperusahaan kita. Mungkin saja kedatangannya hanya sekedar untuk memperoleh informasi atau sudah mau melakukan transaksi. Jika semula kedatangannya untuk memperoleh informasi namun karena sikap kita yang baik bukan tidak mungkin nasabah akan melakukan transaksi

- b. Nasabah biasa (sekunder), artinya nasabah yang sudah pernah berhubungan dengan kita, namun rutin. Jadi kedatangannya sudah untuk melakukan transaksi. Hanya saja frekuensi transaksi kedatangannya belum terlalu sering. Nasabah jenis ini juga perlu disikapi dengan baik agar dia menambah volume transaksinya dimasa yang akan datang
- c. Nasabah utama (primer), artinya nasabah yang sudah sering berhubungan dengan kita. Pelanggan atau nasabah primer selalu menjadikan kita nomor satu dalam berhubungan. Pelanggan ini tidak dapat diragukan lagi loyalitasnya dan sikap kita terhadap mereka harus selalu dipupuk (Kasmir, 2005:67-68).

### **2.3.3 Sifat-Sifat Pelanggan/Nasabah**

1. Nasabah mau dianggap sebagai raja  
Karyawan harus menganggap nasabah adalah raja. Seorang raja harus dipenuhi semua keinginan dan keinginannya.
2. Mau dipenuhi keinginan dan kebutuhannya  
Salah satu sebab pelanggan datang ke perusahaan karena memiliki masalah yang ingin diselesaikan. Artinya kedatangan nasabah ke perusahaan adalah agar hasrat atau keinginannya terpenuhi.
3. Tidak mau di debat dan tidak mau disinggung.  
Sifat yang dimiliki oleh banyak pelanggan atau nasabah adalah tidak suka dibantah keinginan atau pendapatnya. Pelanggan juga tidak suka di debat artinya dalam hal ini

ketika karyawan menyampaikan informasi atau pendapat dan mendapatkan respons yang kurang baik dari pelanggan maka karyawan perlu menyikapinya secara hati-hati agar pelanggan merasa tidak dibantah atau didebat

4. Nasabah mau diperhatikan

Nasabah yang datang ke perusahaan pada hakikatnya ingin memperoleh perhatian. Jangan sekali-kali menyepelekan atau membiarkan nasabah. berikan perhatian secara penuh sehingga nasabah benar-benar diperhatikan.

5. Nasabah ingin selalu dipuji

Pelanggan/nasabah pada hakikatnya paling senang dipuji atau disanjung oleh karyawan kita. Pujian dapat dilakukan mulai dari penampilan berpakaian, keramahan sampai dengan kecantikannya. Hanya saja dalam memuji nasabah jangan terlalu berlebihan, yang dapat membuat nasabah merasa tidak nyaman karena tidak semua nasabah sama terkadang ada yang tidak suka dipuji atau disanjung.

6. Nasabah merupakan sumber pendapatan perusahaan

Karyawan selalu menganggap bahwa setiap nasabah yang datang merupakan sumber pendapatan perusahaan. Dengan demikian, hendaknya karyawan termotivasi untuk melayani nasabah dengan sebaik-baiknya ( Kasmir, 2006:45-51).

## 2.4 Bank

### 2.4.1 Definisi Bank

Bank syariah adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, yaitu aturan perjanjian berdasarkan hukum islam antara bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana atau pembiayaan kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan syariah (Rivai, 2007:733).

Bank syariah merupakan bank yang dalam aktivitasnya, baik dalam penghimpunan dana maupun dalam rangka penyaluran dananya memberikan dan mengenakan imbalan atas dasar prinsip syariah (Rodoni & Hamid, 2008:14).

Menurut undang-undang perbankan nomor 10 tahun 1998 yang dimaksud dengan bank syariah adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya ke masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak (Ismail, 2011:30).

### 2.4.2 Standar Pelayanan Dalam Perbankan

Secara umum, standar pelayanan dalam perbankan harus dipenuhi yang meliputi :

#### a. Penampilan diri

Dalam pelayanan *service excellent* diperlukan suatu standar penampilan bagi petugas maupun perusahaan. Standar merupakan suatu ukuran yang disepakati, sedangkan penampilan petugas mempunyai pengertian sebagai

penampilan (*performance*) dari diri seseorang dan merupakan cerminan organisasi atau perusahaan yang dapat dilihat dan dirasakan oleh pihak lain.

Secara umum, standar pelayanan prima yang dapat ditampilkan oleh pegawai bank antara lain :

- 1) Wajar, yaitu bersikap ramah, bertindak wajar tidak di buat-buat disertai dengan intonasi suara yang baik.
- 2) Berpakaian rapi, serasi dan bersih serta tidak menggunakan aksesoris dan make-up berlebihan
- 3) Selalu memberikan sambutan berupa senyum dan mengucapkan salam, termasuk ucapan terima kasih
- 4) Bersikap optimis, tidak ragu-ragu dalam bertindak
- 5) Bersikap dan berperilaku baik, gesit, mudah bergaul dan cepat tanggap
- 6) Mendengarkan nasabah dengan baik dan sopan santun dalam melayani
- 7) Memberikan perhatian dalam menghadapi nasabah
- 8) Selalu suka membantu nasabah sejalan dengan ketentuan
- 9) Meningkatkan kedisiplinan pegawai

b. Kebersihan dan kerapian ruang kerja

Standar kebersihan dan kerapian ruang kerja dapat mendukung kenyamanan dalam memberikan layanan. Ruang kerja yang rapi, bersih dan nyaman memberikan kepuasan dan kenyamanan bagi nasabah. upaya penataan ruang kerja perlu

dilakukan karena berkaitan dengan pihak internal dan eksternal sehingga dapat mencapai kondisi yang memuaskan kedua belah pihak (Ikatan Bankir Indonesia, 2013:190-193).

## **2.5 Temuan Penelitian Terkait**

Kajian pustaka sangat penting dilakukan oleh penulis skripsi, tesis, dan disertasi. Namun, bagi penulis skripsi kajian pustaka hanya menggambarkan keterkaitan antara penelitian yang dibuat dengan penelitian-penelitian lain dengan topik yang sama. Berdasarkan hasil penelusuran yang penulis lakukan terhadap literatur kepustakaan terdapat beberapa penelitian yang berkaitan dengan topik “Pengaruh Penanganan Keluhan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah”. Meskipun penelitian sebelumnya memiliki kesamaan dengan penelitian ini, namun terdapat beberapa perbedaan dalam hal variabel, fokus penelitian, tempat serta waktu penelitian yang dilakukan. Berikut penelitian terkait dapat dilihat pada Tabel 2.2.

جامعة الرانيري

A R - R A N I R Y

**Tabel 2.2**  
**Penelitian Terdahulu**

Nama Penelitian	Judul penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1. Fitry	Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Penanganan Keluhan, Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah Dan <i>Word Of Mouth</i> (Studi Kasus PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Tengah Kantor Cabang Pembantu Unissula)	Pendekatan terapan kausal	Hasil penelitian menunjukkan variabel kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. variabel penanganan keluhan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah. Variabel nilai nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>word of mouth</i> .
2. Ferdyan&Yessy	Pengaruh Kualitas Layanan dan Penanganan Keluhan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada	Pendekatan kausal dan data yang diperoleh dianalisis secara kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan dan penanganan keluhan secara

**Tabel 2.2 - Lanjutan**

Nama Penelitian	Judul penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
	Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia(Persero) Tbk. Cabang Ngajuk).		simultan tidak mempengaruhi loyalitas nasabah. variabel bebas kualitas layanan dan penanganan keluhan tidak memiliki pengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan. Kualitas layanan tidak mempengaruhi loyalitas nasabah. Tidak terdapat pengaruh antara kualitas layanan dan penanganan keluhan terhadap loyalitas nasabah. Kualitas layanan dan penanganan keluhan secara parsial juga tidak mempengaruhi loyalitas nasabah
3.Anindhya	Pengaruh Kualitas Layanan Dan Penanganan Keluhan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Umum Syariah Di Surabaya.	Pendekatan kombinasi yaitu kuantitatif dan kualitatif	kualitas layanan memberikan pengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah. variabel penanganan keluhan memberikan

Tabel 2.2 - Lanjutan

Nama Penelitian	Judul penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
			<p>pengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah secara tidak langsung juga melalui variabel kepuasan nasabah. kualitas layanan memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. kepuasan nasabah berpengaruh secara positif dan signifikan dalam memediasi hubungan antara kualitas layanan dan loyalitas.</p>

Sumber: Telah diolah kembali (2018).

Adapun perbedaan penelitian di atas dan penelitian ini yaitu terletak pada lokasi yang diteliti, lokasi penelitian ini dilakukan Pada Bank Aceh Syariah Capem Jeulingkee dan berbeda juga jumlah variabel yang diteliti dan jumlah populasi dan sampel yang diteliti.

Dan persamaan penelitian ini dengan penelitian diatas yaitu terletak pada sama-sama ingin melihat tentang kepuasan nasabah terhadap penanganan keluhan.

## 2.6 Model Penelitian atau Kerangka Berpikir

Uma sekaran dalam bukunya *Business Research* (1992) mengemukakan bahwa, kerangka berfikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting.

penelitian ini hanya menggunakan satu variabel. Dimana tingkat kepuasan nasabah menjadi variabel independen dan tingkat kepuasan nasabah adalah variabel dependen. berikut Gambar 2.2.



**Gambar 2.2 Kerangka Berpikir**

## 2.7 Hipotesis

Hipotesis dapat diartikan sebagai suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian, sampai terbukti melalui data yang terkumpul (Suharsimi & Arikunto, 2010:110). Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara,

karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta yang empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik (Sugiyono, 2010). Dari judul penelitian ini bahwa ada dua variabel yaitu tingkat kepuasan nasabah merupakan (X) dan penanganan keluhan adalah variabel (Y). Adapun yang menjadi rumusan hipotesis statistik dalam penelitian ini adalah :

Berdasarkan variabel X dan Y dapat dirumuskan dua hipotesis yaitu *Hipotesis Nol* ( $H_0$ ) dan *Hipotesis Alternatif* ( $H_a$ ). Dengan kata lain sebagai berikut :

$H_0$  = tidak ada pengaruh tingkat kepuasan nasabah terhadap penanganan keluhan pada Bank Aceh Syariah Capem Jeulingkee.

$H_a$  = ada pengaruh tingkat kepuasan nasabah terhadap penanganan keluhan pada Bank Aceh Syariah Capem Jeulingkee.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Jenis penelitian ini penelitian kuantitatif adalah metode untuk menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antar variabel. Variabel-variabel ini diukur (biasanya dengan instrumen penelitian) sehingga data yang terdiri dari angka-angka dapat dianalisis berdasarkan prosedur statistik (Juliansyah Noor, 2011: 38). Tujuan penelitian kuantitatif adalah untuk mengembangkan menggunakan model-model sistematis, teori-teori dan atau hipotesis (Sugiyono, 2014:16). Selain itu penelitian kuantitatif juga dikatakan penelitian yang mengandalkan populasi dan teknik penarikan sampel juga menggunakan kuesioner untuk pengumpulan datanya (Soejono & Abdurrahman, 2005). Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang lebih berdasarkan pada data yang dapat dihitung untuk menghasilkan suatu penaksiran. Isi rencana analisis data selalu didasarkan pada rencana penelitian yang telah dirumuskan dan data yang sudah siap diolah (Nugroho & Setiadi, 2003:28) .

Pendekatan penelitian cross-sectional Pendekatan ini dimaksudkan untuk meneliti aspek-aspek perilaku konsumen yang menggunakan waktu secara relatif singkat, misalnya meneliti perubahan perilaku konsumen pada waktu tertentu, mempelajari

nilai dan sikap konsumen terhadap suatu produk dalam momen waktu tertentu (Nugroho & Setiadi, 2003:30).

Penelitian ini menggunakan pendekatan lapangan. Peneliti melakukan kegiatan-kegiatan seperti menyebarkan angket kepada responden, mengolah data dan menganalisis data yang diperoleh dari responden yang merupakan nasabah Bank Aceh Syariah Capem Jeulingkee. Peneliti juga akan mewawancarai Karyawan Bank Aceh Syariah Capem Jeulingke yang berhubungan dengan judul peneliti.

### **3.2 Tujuan dan Arah Penelitian**

Pada penelitian ini, penelitian yang digunakan adalah penelitian diskriptif. Penelitian diskriptif adalah salah satu jenis penelitian yang tujuannya untuk menyajikan gambaran lengkap mengenai setting sosial atau dimaksudkan untuk eksplorasi dan klarifikasi mengenai suatu fenomena atau kenyataan sosial, dengan jalan mendeskripsikan sejumlah variabel yang berkenaan dengan masalah dan unit yang diteliti antara fenomena yang diuji. Tujuan dari penelitian diskripsi adalah untuk membuat diskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, factual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antara fenomena yang diselidiki.

### **3.3 Data dan Teknik Pemerolehannya**

Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perusahaan, seperti hasil

wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang bisa dilakukan oleh peneliti (Nugroho dan Setiadi,2003:35).

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2011:80).

Sampel adalah bagian atau jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misal karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu maka peneliti akan mengambil sampel dari populasi itu, kesimpulannya akan diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (Sugiyono, 2011). Dalam penelitian ini, pengambilan sampel menggunakan teknik *probability sampling* dengan menggunakan metode *simple random sampling* yaitu pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata dalam populasi itu (Sugiyono, 2011). Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah pada Bank Aceh Syariah Capem Jeulingke yang berjumlah 4.904 nasabah. dalam penelitian ini penulis mempersempit populasi yaitu jumlah seluruh nasabah sebanyak 4.904 nasabah dengan menghitung ukuran sampel yang dilakukan dengan menggunakan teknik Slovin. Menurut Sugiyono (2011: 87). Adapun penelitian ini menggunakan rumus Slovin karena dalam penarikan sampel, jumlahnya harus *representative* agar hasil penelitian dapat

digeneralisasikan dan perhitungan pun tidak memerlukan tabel jumlah sampel, namun dapat dilakukan dengan rumus dan perhitungan sederhana.

Rumus Slovin untuk menentukan sampel adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2} \quad (3.1)$$

Keterangan :

n = Ukuran sampel/jumlah responden

N = Ukuran populasi

E = Presentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa ditoler; e = 0,1

Dalam rumus Slovin ada ketentuan sebagai berikut :

Nilai e = 0,1 (10%) untuk populasi dalam jumlah besar

Nilai e = 0,2 (20%) untuk populasi dalam jumlah kecil

Jadi rentang sampel yang dapat diambil dari teknik Slovin adalah antara 10-20% dari populasi penelitian.

Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 4.904 nasabah, sehingga presentase kelonggaran yang digunakan adalah 10% dan hasil perhitungan dapat dibulatkan untuk mencapai kesesuaian. Maka untuk mengetahui sampel penelitian, dengan perhitungan sebagai berikut :

$$n = \frac{4.904}{1+4.904(10)^2} \quad (3.2)$$

$$n = \frac{4.904}{490.401}$$

n = 99 disesuaikan oleh peneliti menjadi 100 responden.

Berdasarkan perhitungan diatas, maka sampel dalam penelitian ini yaitu 99 orang dan disesuaikan oleh peneliti menjadi 100 orang, yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 4.904 dari seluruh total nasabah Bank Aceh Syariah Capem Jeulingke, hal ini dilakukan untuk mempermudah dalam pengolahan data untuk hasil pengujian yang lebih baik. sampel yang diambil berdasarkan teknik *probability sampling, simple random sampling*, dimana peneliti memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi (nasabah) untuk dipilih menjadi sampel yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu sendiri.

Pengambilan sampel ini dilakukan dengan teknik *insidental*, seperti yang dikemukakan Sugiyono (2011:85), bahwa *sampling insidental* adalah penentuan sampel berdasarkan kebetulan/*insidental* bertemu dengan peneliti maka dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemu itu cocok sebagai sumber data.

### **3.4 Teknik Pengumpulan Data**

Penelitian ini menggunakan teknik lapangan (*field research*). Data diperoleh dengan cara membagikan kuesioner kepada 100 orang nasabah Bank Aceh Syariah Cabang Jeulingke. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2013:142). Adapun daftar kuesioner dapat dilihat pada tabel 3.1.

**Tabel 3.1**  
**Kuesioner Penanganan Keluhan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah**

Variabel	Dimensi	Pernyataan	Referensi
Penanganan keluhan ( $X_1$ )	Empati terhadap pelanggan yang marah ( $X_{1.1}$ )	BAS selalu siap dalam menghadapi kemungkinan terjadinya permasalahan nasabah	Lutfi Setyo Nugroho (2017)
		Karyawan BAS memberikan perhatian kepada nasabah yang melakukan keluhan	Kevin Aditya Pratama (2018)
		Karyawan BAS mengetahui dan memahami keluhan yang di sampaikan oleh nasabah	Kevin Aditya Pratama (2018)
Kecepatan Dalam Penanganan Keluhan ( $X_{1.2}$ )		BAS sigap dalam menangani komplain/keluhan dari nasabah	Nisa Kusumawardhani (2017)
		BAS menyelesaikan keluhan komplain dengan cepat dan tepat pada waktu yang telah ditentukan	Nisa Kusumawardhani (2017)
		Karyawan BAS memiliki kemampuan untuk menyelesaikan permasalahan keluhan yang terjadi	Lutfi Setyo Nugroho (2017)
	Kewajaran Atau Keadilan Dalam Memecahkan Permasalahan Keluhan ( $X_{1.3}$ )	Nasabah mendapatkan penanganan keluhan yang adil dan wajar dalam memecahkan permasalahan komplain dari nasabah	Erna Budiati (2017)

**Tabel 3.1 – Lanjutan**

Variabel	Dimensi	Pernyataan	Referensi
		Karyawan BAS menyampaikan informasi keluhan nasabah dengan baik dan jelas	Kevin Aditya Pratama (2018)
		Nasabah merasa aman dan nyaman dalam menyampaikan keluhan.	Kevin Aditya Pratama (2018)
	Kemudahan Bagi Konsumen Dalam Menghubungi Perusahaan ( $X_{1.4}$ )	BAS dapat langsung menerima komplain/keluhan dari nasabah	Nisa Kusumawardhani (2017)
		BAS memberikan kemudahan dalam pengajuan komplain/keluhan dari nasabah.	Nisa Kusumawardhani (2017)
		BAS menyediakan layanan konsumen agar nasabah dapat dengan mudah dalam menyampaikan keluhan seperti adanya kotak saran dan telepon gratis	Erna Budiati (2017)

**Tabel 3.1 – Lanjutan**

Variabel	Dimensi	Pernyataan	Referensi
Kepuasan nasabah ( $X_2$ )	Kepuasan Pelanggan Keseluruhan ( $X_{2,1}$ )	Nasabah merasa puas dengan pelayanan penanganan komplain/keluhan pada BAS	Nisa Kusumawardhani (2017)
	Dimensi Kepuasan Konsumen ( $X_{2,2}$ )	Pelayanan yang diberikan oleh BAS sangat memuaskan nasabah	Ramli Ahmaddien (2016)
	Konfirmasi Harapan ( $X_{2,3}$ )	Layanan yang diberikan oleh BAS sesuai dengan harapan nasabah	Nisa Kusumawardhani (2017)
	Minat Dalam Melakukan Pembelian Ulang ( $X_{2,4}$ )	Nasabah akan menggunakan kembali jasa BAS untuk masa selanjutnya	Minat Dalam Melakukan Pembelian Ulang ( $X_{2,4}$ )
	Kesediaan Untuk Merekomendasikan Produk Layanan Kepada Orang Lain ( $X_{2,5}$ )	Nasabah bersedia untuk merekomendasikan produk dan layanan BAS kepada orang lain	Lutfi Setyo Nugroho (2017)
	Ketidakpuasan Pelanggan ( $X_{2,6}$ )	Nasabah akan melakukan komplain/keluhan apabila tidak puas dengan pelayanan pada BAS	Muhammad Ziadi (2016)

Sumber: Data Primer diolah (2018)

### 3.5 Skala Pengukuran

Skala pengukuran dengan menggunakan skala likert, menurut Kinnear 1998 dalam Husein Umar (2000:132), skala likert ini berhubungan dengan pernyataan tentang sikap seseorang terhadap sesuatu, misalnya setuju-tidak setuju, senang tidak senang dan baik tidak baik. Responden diminta mengisi pernyataan dalam skala

ordinal berbentuk verbal dalam jumlah kategori tertentu, bias 5,7 (agar dapat menampung kategori yang ‘netral’) atau memasukkan kategori ‘tidak tahu (Muhammad, 2008:154).

Dengan menggunakan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pernyataan. Dalam penelitian ini, Jawaban dari setiap item instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif yang dapat berupa kata-kata antara lain : a. Sangat setuju b. Setuju c. Ragu-ragu d. Tidak setuju e. Sangat tidak setuju (Sugiyono, 2013:93).Skala pengukuran dalam penelitian ini dapat disajikan dalam tabel 3.2.

**Tabel 3.2**  
**Tabel Pengukuran Skala Likert**

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

Sumber: Sugiyono, 2013: 93

### 3.6 Definisi dan Operasional Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga

diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.

Menurut Kerlinger (1973) dalam Sugiyono, menyatakan bahwa variabel adalah konstruk (*constructs*) atau sifat yang akan dipelajari. Di bagian lain Kerlinger menyatakan bahwa variabel dapat dikatakan sebagai suatu sifat yang diambil dari suatu nilai yang berbeda (*different values*). Dengan demikian variabel itu merupakan suatu yang bervariasi. Selanjutnya menurut Kinder (1981) dalam Sugiyono, menyatakan bahwa variabel adalah suatu kualitas (*qualities*) dimana peneliti mempelajari dan menarik kesimpulan darinya.

Dapat disimpulkan bahwa variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2013: 38). Dalam penelitian ini ada dua variabel yaitu variabel dependen dan variabel independen, yaitu sebagai berikut:

### **1. Variabel Dependen** جامعة الرانري

Variabel dependen sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2013:39). Dalam penelitian ini, yang menjadi variabel dependen adalah tingkat kepuasan nasabah. Menurut Kotler & Keller (2012) dalam Fandy Tjiptono menandakan bahwa

kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya (Tjiptono & Fandy, 2014:354). Tingkat kepuasan konsumen setelah membandingkan dengan harapannya. Seorang pelanggan jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa maka sangat besar kemungkinannya untuk menjadi pelanggan dalam waktu yang lama (Umar, Husein, 2005 :55-51). Kepuasan nasabah semakin diyakini sebagai kunci sukses pemasaran jasa suatu lembaga keuangan bank atau non bank yang berprinsip syariah. Oleh karena itu, upaya lembaga keuangan perbankan diwarnai oleh persaingan yang semakin ketat antar lembaga keuangan perbankan atau non bank berprinsip syariah untuk memperoleh kepercayaan dan kepuasan nasabah.

## **2. Variabel Independen**

Variabel dependen sering disebut sebagai variabel *stimulus*, *prediktor*, *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Dalam penelitian ini (Sugiyono, 2013:39). Dalam penelitian ini, variabel independen merupakan penanganan keluhan. Keluhan berasal dari bahasa Latin "*plangere*" yang artinya adalah memukul atau pukulan ini di tujukan ke bagian dada. Saat ini, keluhan lebih diartikan sebagai sesuatu yang tidak menyenangkan atau sesuatu yang mengganggu (Muhammad, 2005:32). Menurut Kau dan Loh dalam Adi

Krismanto (2009) menyatakan bahwa penanganan komplain berarti merupakan perwujudan strategi dan taktik perusahaan (bank) dalam menghadapi keunggulan strategi dan taktik pesaing. Penanganan komplain dapat dijadikan instrument penting dalam mengendalikan konflik antara perusahaan dengan nasabah akan ketidakpuasan (Krimanto & Adi, 2009:37).

### **3.7 Uji Instrumen Penelitian**

#### **3.7.1 Uji Validitas dan Reliabilitas**

Validitas yaitu suatu alat ukur tes dalam kuesioner. Validitas artinya sejauh mana tes dapat mengukur dengan tepat dan dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya (Sunyoto, Danang , 2013: 132). Validitas adalah suatu indeks yang menunjukkan alat ukur itu benar-benar mengukur apa yang diukur (Notoatmodjo, 2005:129).

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid, apabila pertanyaan/pernyataan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai  $r$  hitung dengan nilai  $r$  tabel untuk *degree of freedom* ( $df$ ) =  $n-2$  dengan  $\alpha$  0,05 (5%). Dalam hal ini  $n$  adalah jumlah sampel jika  $r_{hitung} >$  dari  $r_{tabel}$  dan nilai positif maka butir pernyataan/pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid dan jika  $r_{hitung} <$  dari  $r_{tabel}$  maka butir pernyataan/pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan tidak valid.

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Realibilitas adalah istilah yang dipakai untuk menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran relatif konsisten apabila alat ukur digunakan berulang kali (Husein, 2002:97). Butir kuesioner dikatakan reliabel atau handal apabila jawaban seseorang terhadap kuesioner adalah konsisten. Dalam penelitian untuk menentukan kuesioner reliabel atau tidak reliabel dengan menggunakan *alpha cronbach*. Kuesioner reliabel jika *alpha cronbach* > 0,60 dan tidak reliabel jika sama dengan atau di bawah < 0,60 (Sunyoto & Danang, 2013: 141).

### **3.7.2 Uji Asumsi Klasik**

Dalam penelitian ini menggunakan 2 uji asumsi klasik, yaitu uji normalitas dan uji heterokedastiditas, sedangkan uji multikolinieritas dan uji autokorelasi tidak pakai dikarenakan hanya menggunakan satu variabel independen dan satu variabel independen dan bukan jenis data time series.

#### **1. Uji Normalitas**

Uji normalitas adalah untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel independen, variabel dependen atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi normal atau mendekati normal. Dalam penelitian ini, untuk menguji apakah distribusi normal atau tidak dilakukan dengan cara melihat *Normal Probablity Plot* yang membandingkan distribusi kumatif dari distribusi normal. Distribusi normal akan

membentuk suatu garis lurus diagonal dan plotting data akan membandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya (Ghozali & Imam : 2011:161-162).

Pada prinsipnya deteksi normalitas dilakukan dengan melihat grafik *Normal Probability Plot* (Ghozali& Imam:2011:163). Dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut :

- 1) Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- 2) Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram yang tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

## **2. Uji Heterokedastiditas**

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *varians* dari residual pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika residualnya mempunyai *varians* yang sama disebut homoskedastisitas dan jika variansya tidak sama atau berbeda disebut heterokedastisitas (Sunyoto & Danang, 2000:166). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan uji glejser untuk melihat terjadinya heterokedastisitas atau tidak terjadi heterokedastisitas. Penelitian yang baik adalah penelitian yang tidak terjadi heterokedastisitas.

### 3.8 Metode Analisis Data

Analisis data merupakan proses mengelompokkan atau mengorganisasikan dan mengurutkan data sehingga akan mendapatkan gambaran atau jawaban terhadap tujuan penelitian. Pada penelitian kuantitatif, pengolahan data secara umum dilakukan dengan tiga tahap, yaitu melalui tahapan editing, coding, dan tabulating (Bungin, 2005).

Analisis data merupakan proses sistematis pencarian dan pengaturan transkripsi wawancara, catatan lapangan, dan materi-materi lain yang sudah ada dikumpulkan untuk meningkatkan pemahaman kita mengenai materi-materi tersebut dan untuk meningkatkan penulis meyakinkan apa yang sudah penulis temukan kepada orang lain. Analisis melibatkan pekerjaan dengan data, penyusunan, dan pemecahan kedalam unit-unit yang dapat ditangani, perangkumannya, pencarian pola-pola, penemuan apa yang penting dan apa yang perlu dipelajari, serta pembuatan keputusan apa yang akan peneliti katakan kepada orang lain (Emzir, 2012:85).

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif yang memberikan gambaran terhadap masalah yang diteliti. Ada dua cara analisis data penelitian kuantitatif yaitu analisis data ketika penulis masih berada di lapangan dan analisis data ketika menyelesaikan tugas-tugas pendataan (Sudarwan, 2002:210). Analisis data menggunakan SPSS.

Analisis regresi linier sederhana adalah hubungan secara linear antara satu variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen, apakah positif atau negatif untuk memprediksi nilai dari variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Berikut ini rumus regresi linear sederhana :

$$Y = a + bX + e \quad (3.3)$$

Keterangan :

Y : variabel dependen (nilai yang diprediksikan)

X : variabel independen

a : konstanta ( nilai Y apabila X=0)

b : koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

e : error

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan untuk menganalisis data variabel penelitian adalah uji regresi sederhana. Analisis data dilakukan dengan bantuan *Software* Microsoft Excel dan SPSS versi 25. Analisis regresi sederhana ini digunakan untuk menguji pengaruh penanganan keluhan terhadap tingkat kepuasan nasabah, dengan persamaan :

$$Y = a + bX + e \quad (3.4)$$

Dimana :

Y = Variabel kepuasan nasabah

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

$X$  = Variabel penanganan keluhan

$e$  = error

### 3.9 Pengujian Hipotesis

Hipotesis penelitian ini kemudian dirumuskan dalam hipotesis statistik, yaitu:

$H_0 : \rho = 0, 0$  berarti tidak ada hubungan

$H_a : \rho \neq 0$  , “tidak sama dengan nol” berarti lebih besar atau kurang (-) dari nol berarti ada hubungan

$\rho$  = nilai korelasi dalam formulasi yang dihipotesiskan

Untuk melihat hubungan variabel tersebut penulis menggunakan rumus korelasi *product moment* yaitu mencari nilai koefisien korelasi ( $r_{xy}$ ) dan untuk mengetahui apakah  $H_a$  dan  $H_0$  diterima atau ditolak, maka kemudian penulis akan menghitung  $t$  hitung yang kemudian mencocokkan dengan  $t$  tabel.

Hasil nilai ini penulis gabungkan ( $H_a$  dan  $H_0$ ) untuk menguji kebenaran dan kepalsuan antara dua hipotesis, yaitu cara menghitung  $F_{hitung}$  dengan menggunakan rumus SPSS versi 25.

#### 3.9.1 Uji $t$ ( Uji Parsial)

Uji  $t$  bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen secara parsial. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh signifikan dari variabel independen yaitu: penanganan keluhan ( $X$ ) terhadap tingkat kepuasan nasabah ( $Y$ ), maka nilai signifikan  $t$  dibandingkan dengan derajat kepercayaannya. Apabila sig  $t$  lebih besar dari 0,05

maka  $H_0$  diterima. Demikian pula sebaliknya jika sig t lebih kecil dari 0,05 maka  $H_0$  ditolak, ini berarti ada hubungan yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali&, Imam, 2011:101).

Kriteria dalam uji parsial (Uji t) dapat dilihat sebagai berikut:

1. Uji hipotesis dengan membandingkan  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$ 
  - a. Apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya variabel independen secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
  - b. Apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, artinya variabel independen secara parsial tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
2. Uji hipotesis berdasarkan signifikan
  - a. Jika angka sig  $> 0,05$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat.
  - b. Jika angka sig  $< 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya ada pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat.

### 3.9.2 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi adalah salah satu nilai statistik yang dapat digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara dua variabel, nilai koefisien dari determinasi menunjukkan presentasi nilai variabel yang dapat dijelaskan oleh persamaan regresi yang

dihasilkan (Ghozali, 2013). Semakin besar nilai Koefisien Determasi ( $R^2$ ) maka akan semakin baik model regresinya. Koefisien determasi merupakan suatu ukuran yang dapat menjelaskan porsi variasi variabel terikat yang dapat dijelaskan oleh garis regresinya atau variabel bebasnya. Nilai koefisien determasi terletak antara 0 dan 1 yaitu  $\leq r^2 \leq 1$ . Bila  $r^2 = 1$  berarti 100% total variasi variabel terikat dijelaskan oleh variabel bebasnya (Budiasih & Yanti, 2012:198).

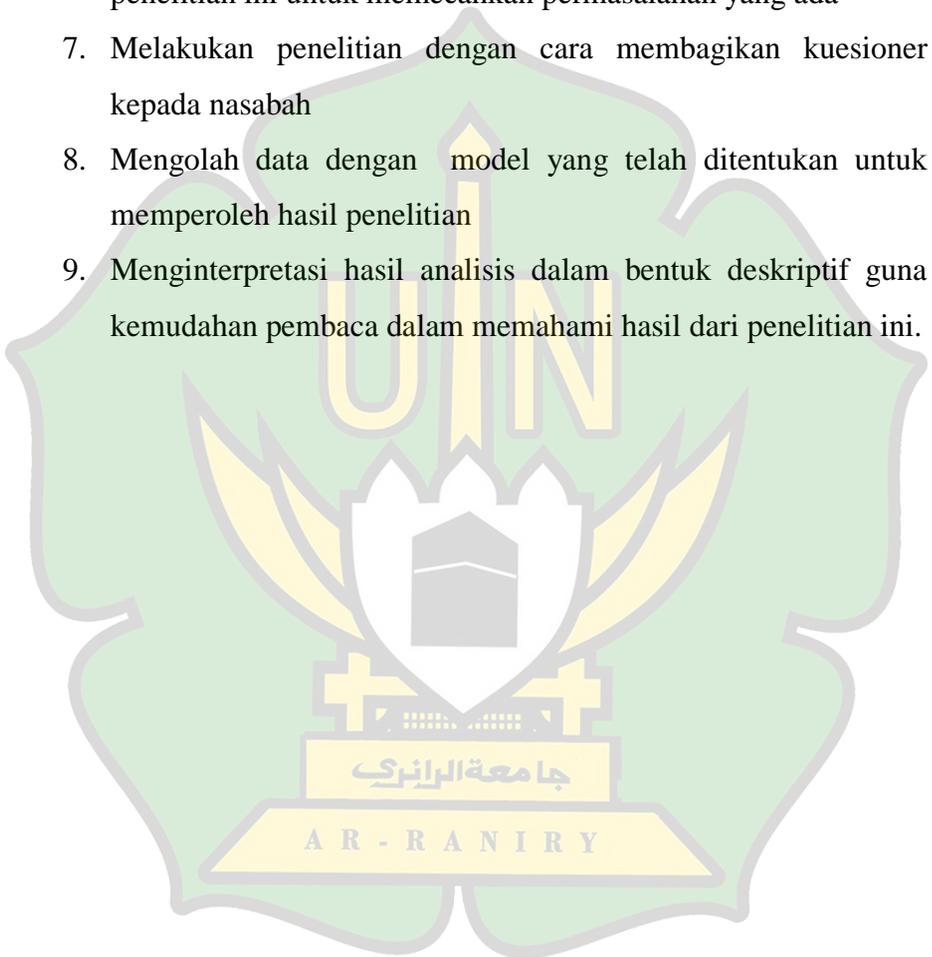
Koefisien determasi bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen menjelaskan variabel dependen. Nilai *R Square* berkisar antara 0 sampai 1. Pada output SPSS koefisien determasi terletak pada tabel *Model Summary* dan tertulis *R Square* yang sudah disesuaikan atau tertulis *adjust R Square*, karena disesuaikan dengan jumlah variabel independen.

### **3.10 Tahapan Penelitian**

Berikut langkah-langkah yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu :

1. Melakukan survei awal terhadap fenomena yang terjadi pada Bank Aceh Syariah Capem Jeulingke
2. Menetapkan rumusan permasalahan yang telah peneliti peroleh dari hasil survei awal
3. Mencari data awal yang mendukung penelitian ini
4. Mencari teori-teori yang berkaitan dengan pembahasan yang peneliti lakukan

5. Mencari referensi penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini
6. Menentukan metode atau model penelitian yang sesuai dengan penelitian ini untuk memecahkan permasalahan yang ada
7. Melakukan penelitian dengan cara membagikan kuesioner kepada nasabah
8. Mengolah data dengan model yang telah ditentukan untuk memperoleh hasil penelitian
9. Menginterpretasi hasil analisis dalam bentuk deskriptif guna kemudahan pembaca dalam memahami hasil dari penelitian ini.



## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Gambaran Umum PT. Bank Aceh Syariah**

Gagasan untuk mendirikan Bank milik Pemerintah Daerah di Aceh tercetus atas prakarsa Dewan Pemerintah Daerah Peralihan Provinsi Atjeh (sekarang disebut Pemerintah Provinsi Nanggroe Aceh Darussalam). Setelah mendapat persetujuan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah peralihan Provinsi Aceh di Kutaraja (sekarang Banda Aceh) dengan Surat Keputusan Nomor 7/DPRD/5 tanggal 7 September 1957, beberapa orang mewakili Pemerintah Daerah menghadap Mula Pangihutan Tamboenan, wakil Notaris di Kutaraja, untuk mendirikan suatu Bank dalam bentuk Perseroan Terbatas yang bernama “PT Bank Kesejahteraan Atjeh, NV” dengan modal dasar ditetapkan Rp25.000.000.

Setelah beberapa kali perubahan Akte, barulah pada tanggal 2 Februari 1960 diperoleh izin dari Menteri Keuangan dengan Surat Keputusan No. 12096/BUM/II dan Pengesahan Bentuk Hukum dari Menteri Kehakiman dengan Surat Keputusan No. J.A.5/22/9 tanggal 18 Maret 1960, Pada saat itu PT Bank Kesejahteraan Aceh NV dipimpin oleh Teuku Djafar sebagai Direktur dan Komisaris terdiri atas Teuku Soelaiman Polem, Abdullah Bin Mohammad Hoesin, dan Moehammad Sanusi. Dengan ditetapkannya Undang-undang No. 13 Tahun 1962 tentang Ketentuan-ketentuan Pokok Bank Pembangunan Daerah, semua Bank milik Pemerintah Daerah

yang sudah berdiri sebelumnya, harus menyesuaikan diri dengan Undang-undang tersebut.

Untuk memenuhi ketentuan ini maka pada tahun 1963 Pemerintah Daerah Provinsi Daerah Istimewa Aceh membuat Peraturan Daerah No. 12 Tahun 1963 sebagai landasan hukum berdirinya Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh. Dalam Perda tersebut ditegaskan bahwa maksud pendirian Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh adalah untuk menyediakan pembiayaan bagi pelaksanaan usaha-usaha pembangunan daerah dalam rangka pembangunan nasional semesta berencana.

Sepuluh tahun kemudian, atau tepatnya pada tanggal tanggal 7 April 1973, Gubernur Kepala Daerah Istimewa Aceh mengeluarkan Surat Keputusan No. 54/1973 tentang Penetapan Pelaksanaan Pengalihan PT Bank Kesejahteraan Aceh, NV menjadi Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh. Peralihan status, baik bentuk hukum, hak dan kewajiban dan lainnya secara resmi terlaksana pada tanggal 6 Agustus 1973, yang dianggap sebagai hari lahirnya Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh.

Untuk memberikan ruang gerak yang lebih luas kepada Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh, Pemerintah Daerah telah beberapa kali mengadakan perubahan Peraturan Daerah (Perda), yaitu mulai Perda No.10 tahun 1974, Perda No. 6 tahun 1978, Perda No. 5 tahun 1982, Perda No. 8 tahun 1988, Perda No. 3 tahun 1993 dan terakhir Peraturan Daerah Provinsi Daerah Istimewa Aceh Nomor: 2 Tahun 1999 tanggal 2 Maret 1999 tentang

Perubahan Bentuk Badan Hukum Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh menjadi PT Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh, yang telah disahkan oleh Menteri Dalam Negeri dengan Keputusan Menteri Dalam Negeri Nomor: 584.21.343 tanggal 31 Desember 1999.

Perubahan bentuk badan hukum dari Perusahaan Daerah menjadi Perseroan Terbatas dilatarbelakangi keikutsertaan Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh dalam program rekapitalisasi, berupa peningkatan permodalan bank yang ditetapkan melalui Keputusan Bersama Menteri Keuangan Republik Indonesia dan Gubernur Bank Indonesia Nomor 53/KMK.017/1999 dan Nomor 31/12/KEP/GBI tanggal 8 Februari 1999 tentang Pelaksanaan Program Rekapitalisasi Bank Umum, yang ditindaklanjuti dengan penandatanganan Perjanjian Rekapitalisasi antara Pemerintah Republik Indonesia, Bank Indonesia, dan PT. Bank BPD Aceh di Jakarta pada tanggal 7 Mei 1999.

Perubahan bentuk badan hukum menjadi Perseroan Terbatas ditetapkan dengan Akte Notaris Husni Usman, SH No. 55 tanggal 21 April 1999, bernama PT Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh disingkat PT Bank BPD Aceh. Perubahan tersebut telah disahkan oleh Menteri Kehakiman RI dengan Surat Keputusan Nomor C-8260 HT.01.01.TH.99 tanggal 6 Mei 1999. Dalam Akte Pendirian Perseroan ditetapkan modal dasar PT Bank BPD Aceh sebesar Rp 150 milyar. Sesuai dengan Akte Notaris Husni Usman,

SH No.42 tanggal 30 Agustus 2003, modal dasar ditempatkan PT Bank BPD Aceh ditambah menjadi Rp500.000.000.000.

Berdasarkan Akta Notaris Husni Usman tentang Pernyataan Keputusan Rapat No. 10 Tanggal 15 Desember 2008, notaris di Medan tentang peningkatan modal dasar Perseroan, modal dasar kembali ditingkatkan menjadi Rp1.500.000.000.000 dan perubahan nama Perseroan menjadi PT. Bank Aceh. Perubahan tersebut telah disahkan oleh Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia No. AHU-44411.AH.01.02 Tahun 2009 pada tanggal 9 September 2009. Perubahan nama menjadi PT. Bank Aceh telah disahkan oleh Keputusan Gubernur Bank Indonesia No.12/61/KEP.GBI/2010 tanggal 29 September 2010.

Bank juga memulai aktivitas perbankan syariah dengan diterimanya surat Bank Indonesia No.6/4/Dpb/BNA tanggal 19 Oktober 2004 mengenai Izin Pembukaan Kantor Cabang Syariah Bank dalam aktivitas komersial Bank. Bank mulai melakukan kegiatan operasional berdasarkan prinsip syariah tersebut pada 5 November 2004.

Sejarah baru mulai diukir oleh Bank Aceh melalui hasil rapat RUPSLB (Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa) tanggal 25 Mei 2015 bahwa Bank Aceh melakukan perubahan kegiatan usaha dari sistem konvensional menjadi sistem syariah seluruhnya. Maka dimulai setelah tanggal keputusan tersebut proses konversi dimulai dengan tim konversi Bank Aceh dengan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan. Setelah melalui berbagai tahapan dan proses perizinan

yang disyaratkan oleh OJK, akhirnya Bank Aceh mendapatkan izin operasional konversi dari Dewan Komisiner OJK Pusat untuk perubahan kegiatan usaha dari sistem konvensional ke sistem syariah secara menyeluruh. Izin operasional konversi tersebut ditetapkan berdasarkan Keputusan Dewan Komisiner OJK Nomor. KEP-44/D.03/2016 tanggal 1 September 2016 perihal pemberian izin perubahan kegiatan usaha bank umum konvensional menjadi bank umum syariah PT Bank Aceh.

Sesuai dengan ketentuan yang berlaku bahwa kegiatan operasional Bank Aceh Syariah baru dapat dilaksanakan setelah diumumkan kepada masyarakat selambat-lambatnya 10 hari dari hari tersebut. Perubahan sistem operasional dilaksanakan pada tanggal 19 September 2016 secara serentak pada seluruh jaringan kantor Bank Aceh. Dan sejak tanggal tersebut Bank Aceh telah dapat melayani seluruh nasabah dan masyarakat dengan sistem syariah murni mengutip Ketentuan PBI Nomor 11/15/PBI/2009. Proses konversi Bank Aceh menjadi Bank Syariah diharapkan dapat membawa dampak positif pada seluruh aspek kehidupan ekonomi dan sosial masyarakat. Dengan menjadi Bank Syariah, Bank Aceh bisa menjadi salah satu titik episentrum pertumbuhan ekonomi dan pembangunan daerah yang lebih optimal.

- a. Kantor Pusat Bank Aceh berlokasi di jalan Mr. Mohd. Hasan Nomor 89 Batoh Banda Aceh. sampai dengan tanggal 19 september 2016, Bank Aceh memiliki 1 Kantor Pusat, 26 Kantor Cabang, 85 Kantor Cabang Pembantu, 15 Kantor Kas,

13 *Payment Point*, 2 Mobil Kas Keliling, serta 201 Gerai ATM Bank Aceh. Adapun riwayat dan perubahan nama serta badan hukum Bank Aceh Syariah adalah (Sejarah Singkat Bank Aceh, Online: 2018):

- b. 19 November 1958 : NV. Bank Kesejahteraan Atjeh (BKA)
- c. 6 Agustus 1973: Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh (BPD IA).
- d. 5 Februari 1993: PD . Bank pembangunan daerah istimewa aceh (PD.BPD IA)
- e. 7 Mei 1999: PT Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh disingkat menjadi : PT. Bank BPD Aceh
- f. 29 September 2010 : PT. Bank Aceh
- g. 19 September 2016: PT. Bank Aceh Syariah.

Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu T. Nyak Arief didirikan pada tahun 2007 yang berlokasi di jalan T. Nyak Arief Jeulingke Banda Aceh yang diresmikan oleh kepala direksi PT. Bank Aceh Syariah yaitu bapak Aminullah Usman. Sebagaimana didirikan PT. Bank Aceh Syariah pada umumnya, PT. Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu T. Nyak Arief Jeulingke Banda Aceh dibangun untuk memudahkan nasabah dalam menjangkau setiap instansi kantor Bank Aceh Syariah secara cepat dan ekonomis untuk melakukan setiap transaksi, maka dari itu didirikanlah Kantor Cabang Pembantu di setiap wilayah masing-masing. Hal ini dimaksudkan untuk menambah pelayanan bagi nasabah PT. Bank Aceh Syariah guna menghindari antrian yang panjang.

Bank merupakan salah satu lembaga keuangan yang menyediakan pelayanan kepada masyarakat . Adapun pelayanan yang diberikan adalah dalam bentuk pelayanan jasa maupun dari berbagai macam produk yang berbagai macam produk yang tersedia didalamnya. Bank Aceh Syariah Capem T. Nyak Arief Jeulingke Banda Aceh merupakan salah satu Bank yang menjalankan aktivitas maupun transaksinya berlandaskan hukum Islam. Adapun kegiatan utama dari Bank Aceh Syariah Capem T. Nyak Arief Jeulingke Banda Aceh yaitu menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana tersebut untuk masyarakat (Marviraton : 2017).

#### **4.2 Visi dan Misi**

Adapun Visi dan Misi Bank Aceh Syariah adalah (Visi Misi & Motto, 2018):

##### **Visi**

Visi Bank Aceh Syariah adalah menjadi “Bank Syariah Terdepan dan Terpercaya dalam Pelayanan di Indonesia”.

##### **Misi**

1. Menjadi penggerak perekonomian Aceh dan pendukung agenda pembangunan daerah.
2. Memberi layanan terbaik dan lengkap berbasis TI untuk semua segmen nasabah, terutama sektor usaha kecil, menengah, sektor pemerintah maupun korporasi

3. Menjadi bank yang memotivasi karyawan, nasabah dan *stakeholders* untuk menerapkan prinsip syariah dalam muamalah secara komprehensif (*syumul*).
4. Memberi nilai tambah yang tinggi bagi pemegang saham dan masyarakat Aceh umumnya.
5. Menjadi perusahaan pilihan utama bagi profesional perbankan syariah di Aceh.

#### **4.3 Kegiatan Usaha PT. Bank Aceh Syariah Capem T. Nyak Arief Jeulingke**

Bank merupakan salah satu lembaga keuangan yang menyediakan pelayanan kepada masyarakat. Adapun pelayanan yang diberikan adalah dalam bentuk pelayanan jasa maupun dari berbagai macam produk yang tersedia didalamnya. Bank Aceh Syariah Capem T. Nyak Arief Jeulingke Banda Aceh merupakan salah satu bank yang menjalankan aktivitas maupun transaksinya berlandaskan hukum islam. Adapun kegiatan utama dari Bank Aceh Syariah Capem T. Nyak Arief Jeulingke Banda Aceh yaitu menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana tersebut untuk masyarakat.

##### **4.3.1 Penghimpunan Dana**

Penghimpunan dana merupakan kegiatan bank dalam mendapatkan dana baik yang berasal dari pemilik, internal maupun dari masyarakat dalam bentuk mobilisasi dana masyarakat atau dana pihak ketiga. Adapun produk-produk yang ditawarkan oleh PT. Bank Aceh Syariah Capem Jeulingke Banda Aceh yaitu

Tabungan Firdaus, Tabungan Sahara, Giro *Wadi'ah*, dan Deposito *Mudharabah*. Adapun definisi tabungan, Giro *Wadi'ah*, dan Deposito pada Bank Aceh Syariah adalah:

1. Tabungan

Tabungan adalah simpanan pihak ketiga yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat yang telah disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet, giro atau alat lain yang dipersamakan. Adapun tabungan yang disediakan oleh PT. Bank Aceh Syariah Capem T. Nyak Arief Jeulingke adalah sebagai berikut :

a. Tabungan Firdaus iB

Tabungan Firdaus IB adalah pemilik dana memberikan kepercayaan penuh kepada bank untuk mengelola dananya dengan pembagian nisbah/bagi hasil yang telah disepakati sebelumnya. Tabungan Firdaus ini menggunakan akad *Mudhadarabah Mutlaqah* yang berarti pihak bank diberi kuasa penuh untuk menjalankan usahanya tanpa batasan dan syarat-syarat tertentu. Sebagai contoh Tabungan Firdaus pihak bank dan nasabah akan melakukan kerja sama secara syariah yang tentunya pada akhirnya akan membawa hasil yang halal dan berkah.

b. Tabungan Ku IB

Tabungan Ku IB adalah tabungan untuk perorangan dengan persyaratan mudah dan ringan yang diterbitkan secara bersama

oleh Bank-Bank di Indonesia guna menumbuhkan budaya menabung serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

c. Tabungan Sahara iB

Tabungan Sahara iB adalah tabungan untuk mewujudkan pelaksanaan perjalanan ibadah haji dan umrah yang dikelola berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Produk ini menerapkan akad *Wadi'ah yad adhmanah* yaitu titipan nasabah pada Bank yang dapat dipergunakan oleh bank dengan izin nasabah, dimana bank menjamin akan mengembalikan titipan nasabah sebesar titipan pokok.

2. Deposito Sejahtera IB

Deposito Sejahtera iB atau deposito *Mudharabah* adalah investasi berjangka waktu yang berdasarkan prinsip syariah dengan keuntungan bagi hasil yang optimal. Produk ini menerapkan akad *Mudharabah* (bagi hasil), dana yang diinvestasikan oleh nasabah dapat dipergunakan oleh bank sebagai *Mudharib* dengan imbalan bagi hasil untuk nasabah sebagai *Sahibul Mal*. Deposito dengan akad *Mudharabah* juga merupakan jenis investasi pada PT. Bank Aceh Syariah T. Nyak Arief Jeulingke Banda Aceh dalam mata uang rupiah dengan penarikan sesuai masa jatuh tempo serta dapat diperpanjang secara otomatis.

3. Giro Amanah IB

Giro Amanah IB adalah sarana penyimpanan dana dalam bentuk rekening koran berdasarkan prinsip syariah dengan

penarikan dana melalui *check*, *bilyet*, dan *giro*. Giro merupakan produk penghimpunan dana dengan menggunakan akad *Wadi'ah*. Pada produk ini, dimana dana nasabah, bank menjamin akan mengembalikan titipan nasabah sebesar titipan pokok.

#### 4.3.2 Penyaluran Dana

Dalam menyalurkan dananya pada nasabah PT. Bank Aceh Syariah Capem T.Nyak Arief Jeulinke Banda Aceh menawarkan beberapa produk pembiayaan diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Pembiayaan Seuramoe Mikro IB Bank Aceh Syariah

Pembiayaan Seuramoe Mikro IB Bank Aceh Syariah adalah pembiayaan penambahan modal atau pembelian peralatan kerja untuk membangun usaha-usaha mikro yang produktif dan halal. Hasil keuntungan dari penggunaan dana tersebut dibagi bersama berdasarkan nisbah yang disepakati dengan menggunakan akad *Musyarakah*. Pembiayaan adalah akad kerja sama antara dua pihak atau lebih untuk melakukan usaha tertentu, dimana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana dengan kesepakatan bahwa keuntungan dan risiko akan ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan yang telah dibuat oleh kedua belah pihak atau lebih.

2. Pembiayaan Konsumen IB

Pembiayaan Konsumen IB adalah pembiayaan yang menggunakan prinsip syariah untuk memenuhi kebutuhan

nasabah. pembiayaan ini menggunakan akad *Murabahah*, dimana nasabah diposisikan sebagai pembeli dan bank sebagai penjual. Dengan demikian, harga jual bank adalah harga jual beli *Supplier* ditambah dengan keuntungan yang telah disepakati bersama sebagaimana yang telah tercantum dalam akad. Contoh pembiayaan *Murabahah* yaitu berdasarkan akad jual beli yang dimaksudkan bank membeli barang yang dipesan dan menjualnya kepada nasabah. harga jual bank adalah harga beli penyedia barang (*Supplier*) ditambah dengan keuntungan yang telah disepakati. Oleh karena itu, nasabah mengetahui besar keuntungan yang diambil oleh bank. Akad *Murabahah* digunakan oleh bank untuk memfasilitasi nasabah melakukan pembelian dalam rangka memenuhi kebutuhan akan barang konsumsi seperti rumah, alat transportasi, bahan baku atau bahan pembantu produksi (tidak termasuk proses produksi). Barang modal seperti pabrik, mesin dan sejenisnya serta aset lain yang tidak bertentangan dengan syariah dan disetujui oleh bank (Zahratul 2016 : 14-15 dalam Marviraton : 2017).

#### **4.3.3 Penyaluran Jasa**

Pelayanan jasa Bank adalah kegiatan perbankan yang dilakukan oleh suatu Bank untuk memperlancar kegiatan penghimpunan dan penyaluran dana. Semakin lengkap jasa bank yang diberikan maka akan semakin baik untuk menarik nasabah. begitu pula dengan PT. Bank Aceh Syariah Capem T. Nyak Arief

Jeulingke Banda Aceh, demi kemudahan dan kelancaran nasabahnya dalam bertransaksi juga melakukan berbagai pelayanan jasa perbankan kepada nasabahnya melalui:

1. *SMS Banking*

SMS Banking adalah sebuah fasilitas layanan perbankan yang diutamakan bagi nasabah Bank Aceh Syariah agar memperoleh kemudahan dalam melakukan transaksi perbankan. Dengan hanya mengirim SMS ke 3322 nasabah dapat melakukan pengecekan saldo, isi ulang pulsa, transfer antar rekening hingga pembayaran tagihan *Handphone*. SMS Banking Bank Aceh Syariah dapat diakses melalui kartu Simpati, AS, HALLO, Mentari, IM3, dan Matrix.

2. *Internet Banking*

*Internet Banking* adalah sebuah fasilitas layanan perbankan yang digunakan sebagai perantara untuk bertransaksi keuangan sehari-hari dengan menggunakan telepon pintar (*Smartphone*) dan menggunakan data paket internet guna untuk menghubungkan ke *Website* milik bank yang dilengkapi dengan sistem keamanan.

3. *Automatic Teller Machine (ATM)* adalah sebuah fasilitas terpercaya layanan Bank Aceh Syariah untuk mempermudah dan mempercepat transaksi keuangan nasabah bersama kartu ATM Bank Aceh Syariah.

#### 4. *Wakalah*

*Wakalah* yaitu akad kedua belah pihak, dimana pihak yang pertama meyerahkan, mendelegasikan, mewakilkan, atau memberikan mandat kepada pihak kedua dan pihak kedua menjalankan amanat sesuai perintah pihak yang mewakilkan atau pihak pertama.

#### 5. Bank Garansi

Bank Garansi merupakan jaminan pembayaran yang diberikan oleh bank kepada suatu pihak. Baik itu perorangan, perusahaan atau badan/lembaga lainnya dalam bentuk surat jaminan (Kasmir, 2008: 226).

#### 6. Transfer

Transfer adalah suatu kegiatan jasa bank untuk memudahkan sejumlah dana tertentu sesuai dengan perintah amanat yang ditujukan untuk keuntungan seseorang yang ditunjuk sebagai penerima transfer (Kasmir, 2010 : 34).

### **4.4 Deskripsi Data Responden**

#### **4.4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Dalam penelitian ini, peneliti telah memperoleh data responden melalui penyebaran kuesioner atau angket. Peneliti memilih memaparkan deskripsi data responden melalui informasi jenis kelamin, umur, pendidikan terakhir, pekerjaan dan lamanya responden menjadi nasabah pada Bank Aceh Syariah Capem Jeulingke.

Dalam penelitian responden yang diambil adalah nasabah yang bertransaksi pada PT. Bank Aceh Syariah Capem Jeulingke. Adapun responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel 4.1.

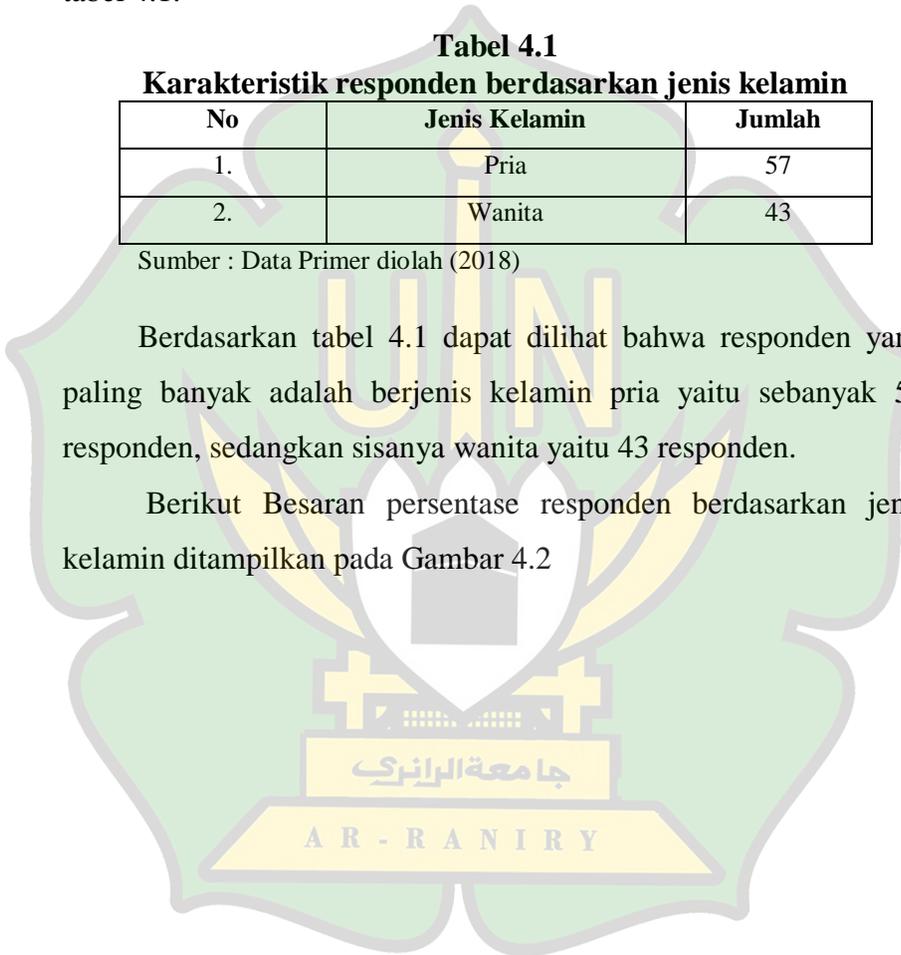
**Tabel 4.1**  
**Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin**

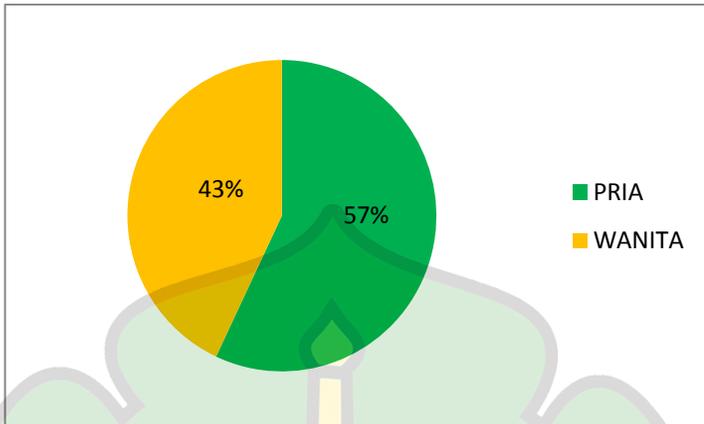
No	Jenis Kelamin	Jumlah
1.	Pria	57
2.	Wanita	43

Sumber : Data Primer diolah (2018)

Berdasarkan tabel 4.1 dapat dilihat bahwa responden yang paling banyak adalah berjenis kelamin pria yaitu sebanyak 57 responden, sedangkan sisanya wanita yaitu 43 responden.

Berikut Besaran persentase responden berdasarkan jenis kelamin ditampilkan pada Gambar 4.2





Sumber : Data primer diolah (2018)

**Gambar 4.1**  
**Diagram Jenis Kelamin Responden**

Berdasarkan gambar 4.1 terlihat bahwa responden yang mayoritas adalah pria. Responden berjenis kelamin pria sebanyak 57%, sedangkan responden yang berjenis kelamin wanita adalah 43%.

#### **4.4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur**

Dalam penelitian ini, peneliti mengelompokkan umur responden berdasarkan 4 kategori yaitu 21-30, 31- 40, 41-50, 51-60. >60. Berikut tabel responden berdasarkan jenis kelamin, sebagaimana terlihat pada tabel 4.2.

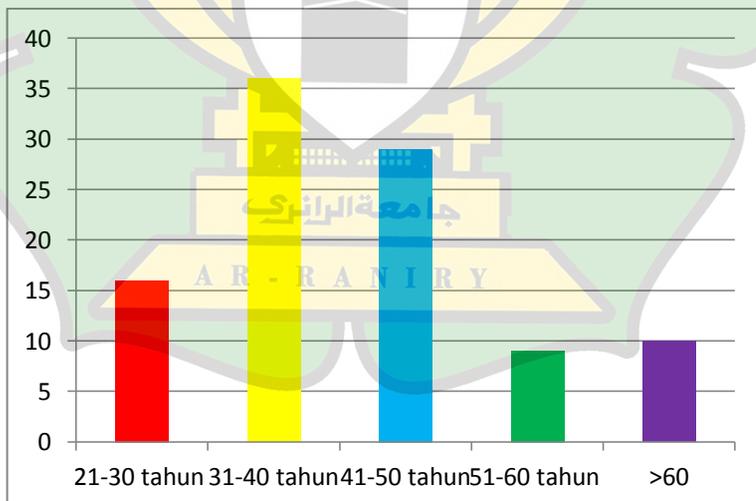
**Tabel 4.2**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Umur**

No	Umur	Jumlah
1.	21-30 tahun	16
2.	31-40 tahun	36
3.	41-50 tahun	29
4.	51-60 tahun	9
5.	>60	10

Sumber : Data Primer diolah (2018)

Berdasarkan tabel 4.2 dapat diketahui bahwa responden yang paling banyak berdasarkan umur adalah nasabah yang berusia 31-40, sebesar 36 orang, sedangkan responden yang paling sedikit adalah umur 51-60 tahun yaitu hanya 9 orang.

Berikut gambaran responden berdasarkan umur terlihat pada Gambar 4.2.



Sumber : Data primer diolah (2018)

**Gambar 4.2 Grafik Umur Responden**

Berdasarkan umur responden pada diagram di atas, dapat dilihat bahwa responden yang mendominasi adalah responden yang berusia 31-40 tahun yaitu sebanyak 36%. Sedangkan yang paling sedikit adalah umur 51-60 yaitu hanya 9%.

#### 4.4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

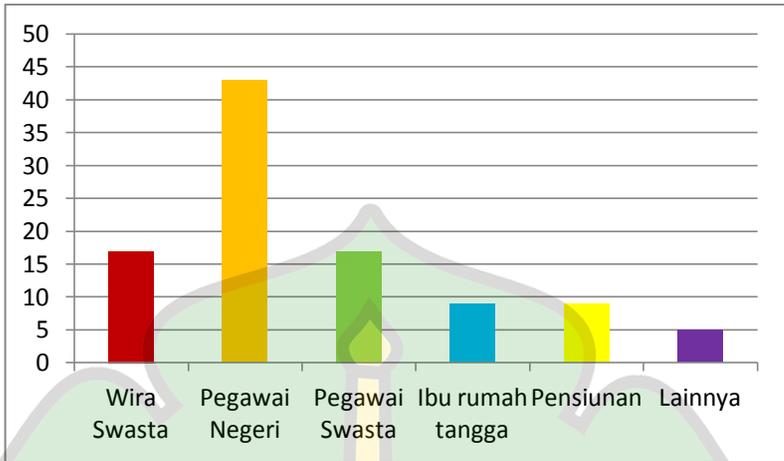
Dalam penelitian ini peneliti melihat karakteristik responden berdasarkan pekerjaan, meliputi : pekerjaan wira swasta, pegawai negeri, pegawai swasta, ibu rumah tangga, pensiunan dan pekerjaan lainnya.

**Tabel 4.3**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

No	Pekerjaan	Jumlah
1.	Wira Swasta	17
2.	Pegawai Negeri	43
3.	Pegawai Swasta	17
4.	Ibu rumah tangga	9
5.	Pensiunan	9
6.	Lainnya	5

Sumber : Data Primer diolah (2018)

Berdasarkan tabel 4.3 diatas dapat dilihat bahwa, responden yang mayoritas yaitu pegawai negeri dengan jumlah 43 orang, diikuti dengan nasabah yang merupakan wira swasta dan pegawai swasta berjumlah 17 orang, kemudian ibu rumah tangga dan pensiuna berjumlah 9 orang, sedangkan nasabah yang bekerja di tempat lainnya hanya berjumlah sedikit yaitu 5 orang. Berikut persentase besaran karakteristik responden yang berdasarkan pekerjaan dapat dilihat pada diagram dibawah ini.



Sumber : Data Primer diolah (2018)

#### **Gambar 4.3 Grafik Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

Berdasarkan diagram diatas dapat dilihat bahwa, mayoritas responden adalah pegawai negeri memiliki persentase sebesar 43%, diikuti dengan responden yang merupakan wira swasta dan pegawai swasta 17%, ibu rumah tangga dan pensiunan 9%, sedangkan pekerjaan lainnya hanya 5% saja.

#### **4.4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Per Bulan**

Tabel di 4.4 menampilkan karakteristik responden berdasarkan penghasilan per bulan.

**Tabel 4.4**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Per Bulan**

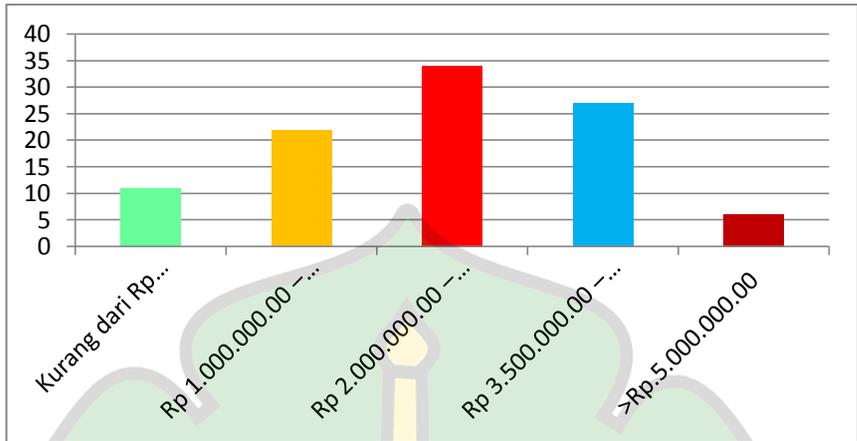
No	Penghasilan Per Bulan	Jumlah
1.	Kurang dari Rp1.000.000.00	11
2.	Rp1.000.000.00 – Rp2.000.000.00	22
3.	Rp2.000.000.00 – Rp3.500.000.00	34
4.	Rp3.500.000.00 – Rp5.000.000.00	27
5.	>Rp5.000.000.00	6

Sumber : Data Primer diolah (2018)

Berdasarkan tabel 4.4 dapat disimpulkan bahwa responden yang berpenghasilan paling tinggi yaitu Rp2.000.000.00-Rp 3.500.000.00 yaitu sebanyak 34 orang, diikuti dengan nasabah yang berpenghasilan Rp3.500.000.00-Rp5.000.000.00 yaitu sebanyak 27 orang, nasabah yang berpenghasilan Rp1000.000.00-Rp 2000.000.00 adalah 22 orang, yang berpenghasilan kurang dari Rp 1.000.000.00 yaitu 11 orang, sedangkan yang berpenghasilan >Rp 5.000.000.00 hanya 6 orang. Berikut diagram berdasarkan tabel 4.4 di atas, dapat dilihat dibawah ini:

جامعة الرانيري

A R - R A N I R Y



Sumber : Data Primer diolah (2018)

#### **Gambar 4.4 Grafik Responden Berdasarkan Penghasilan Per Bulan**

Berdasarkan diagram diatas, dapat dilihat bahwa nasabah yang berpenghasilan Rp2000.000.00-Rp3.500.000.00 yang paling mendominasi yaitu sebanyak 34% , diikuti dengan nasabah yang berpenghasilan Rp3.500.000.00-Rp5.000.000.00 sebanyak 27%, nasabah yang berpenghasilan Rp1000.000.00-Rp2000.000.00 yaitu 22%, dan nasabah yang berpenghasilan kurang dari Rp 1.000.000.00 yaitu 11%, sedangkan nasabah berpenghasilan >Rp5.000.000.00 hanya 6%.yang

#### **4.4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Lamanya Sudah Menjadi Nasabah**

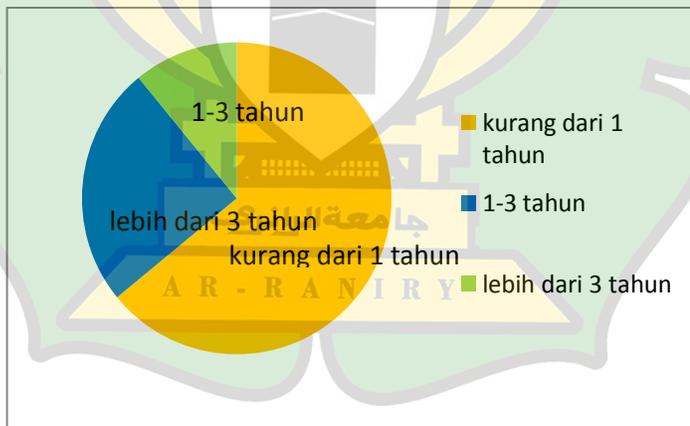
Lamanya menjadi nasabah perlu diketahui karena penanganan keluhan yang baik akan berdampak pada kepuasan nasabah sehingga nasabah setia pada bank tersebut.

**Tabel 4.5**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Lamanya Sudah Menjadi Nasabah**

No	lama menjadi nasabah	Jumlah
1.	Kurang dari 1 tahun	9
2.	1-3 tahun	15
3.	Lebih dari 3 tahun	76

Sumber : Data Primer diolah (2018)

Dari 4.5 diatas dapat diketahui bahwa sebanyak 76 responden sudah menjadi nasabah selama lebih dari 3 tahun, diikuti dengan 13 responden yang sudah menjadi nasabah selama 1-3 tahun, sedangkan hanya 9 responden yang lama menjadi nasabah selama kurang dari satu. Berikut diagram yang menunjukkan karakteristik responden berdasarkan lamanya sudah menjadi nasabah:



Sumber : Data Primer diolah (2018)

**Gambar 4.5** **Pie Karakteristik Responden Berdasarkan Lamanya Sudah Menjadi Nasabah**

Berdasarkan diagram diatas, dapat diketahui bahwa responden yang paling banyak yang sudah lama menjadi nasabah

yaitu lebih dari 3 tahun sebanyak 76%, diikuti dengan responden yang lama menjadi nasabah 1-3 tahun yaitu 13% nasabah dan hanya 9% responden yang sudah lama menjadi nasabah.

## 4.5 Uji Instrumen Penelitian

### 4.5.1 Uji Validitas

Uji kuesioner validitas dilakukan untuk melihat valid atau tidaknya butir instrument penelitian yang digunakan. Uji kuesioner dilakukan kepada 30 responden dengan 18 pernyataan, berikut hasil uji validitas pada tabel 4.6.

**Tabel 4.6**  
**Hasil Uji Validitas 30 Responden**

Variabel	r tabel n=30	Pearson Corelation n = 30	Keterangan
Penanganan keluhan			
P1	0,3061	0,649	<b>Valid</b>
P2	0,3061	0,553	<b>Valid</b>
P3	0,3061	0,710	<b>Valid</b>
P4	0,3061	0,613	<b>Valid</b>
P5	0,3061	0,580	<b>Valid</b>
P6	0,3061	0,679	<b>Valid</b>
P7	0,3061	0,732	<b>Valid</b>
P8	0,3061	0,498	<b>Valid</b>
P9	0,3061	0,710	<b>Valid</b>
P10	0,3061	0,725	<b>Valid</b>

**Tabel 4.6 – Lanjutan**

Variabel	r tabel n=30	Pearson Corelation n = 30	Keterangan
P11	0,3061	0,553	<b>Valid</b>
P12	0,3061	0,679	<b>Valid</b>
Kepuasan Nasabah			
K1	0,3061	0,639	<b>Valid</b>
K2	0,3061	0,571	<b>Valid</b>
K3	0,3061	0,735	<b>Valid</b>
K4	0,3061	0,686	<b>Valid</b>
K5	0,3061	0,723	<b>Valid</b>

Sumber : Data primer diolah (2018)

Berdasarkan hasil uji tersebut, dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan yang disebutkan dalam kuesioner adalah valid dan dapat mengukur variabel yang diteliti. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai r hitung (Pearson Corelation) > r tabel.

Uji validitas dilakukan untuk menguji valid atau tidak setiap butir pertanyaan/pernyataan yang terdapat didalam kuesioner. Setelah dinyatakan valid pada uji validitas yang dilakukan oleh peneliti dalam penelitian ini sebelumnya, maka dilakukan penyebaran kuesioner kepada seluruh responden yaitu sebanyak 100 responden. berikut hasilnya terlihat pada tabel 4.7.

**Tabel 4.7**  
**Hasil Uji Validitas 100 Responden**

<b>Variabel</b>	<b>r tabel n = 100</b>	<b>Pearson Corelation n = 100</b>	<b>Keterangan</b>
Penanganan Keluhan			
PNK1	0,1654	0,570	<b>Valid</b>
PNK2	0,1654	0,638	<b>Valid</b>
PNK3	0,1654	0,641	<b>Valid</b>
PNK4	0,1654	0,432	<b>Valid</b>
PNK5	0,1654	0,426	<b>Valid</b>
PNK6	0,1654	0,508	<b>Valid</b>
PNK7	0,1654	0,463	<b>Valid</b>
PNK8	0,1654	0,514	<b>Valid</b>
PNK9	0,1654	0,433	<b>Valid</b>
PNK10	0,1654	0,479	<b>Valid</b>
PNK11	0,1654	0,525	<b>Valid</b>
PNK12	0,1654	0,476	<b>Valid</b>
Kepuasan Nasabah			
KPN1	0,1654	0,516	<b>Valid</b>
KPN2	0,1654	0,690	<b>Valid</b>
KPN3	0,1654	0,739	<b>Valid</b>
KPN4	0,1654	0,727	<b>Valid</b>
KPN5	0,1654	0,745	<b>Valid</b>
KPN6	0,1654	0,539	<b>Valid</b>

Sumber : Data primer diolah (2018)

Berdasarkan tabel 4.7 pada uji validitas diatas dapat diketahui bahwa setiap pernyataan dalam instrumen dinyatakan valid. Hal ini dapat diketahui dengan membandingkan setiap nilai r

hitung (*pearson corelation*) dengan r tabel dan hasilnya menunjukkan bahwa nilai r hitung (*pearson corelation*) setiap komponen pernyataannya lebih besar dari pada r tabel.

#### 4.5.2 Uji Reabilitas

Uji reabilitas dilakukan untuk melihat reliabel atau tidaknya butir instrument penelitian yang digunakan. Uji reabilitas dilakukan kepada 30 responden dengan 18 pernyataan, berikut hasil uji reabilitas pada tabel 4.8.

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji Reliabilitas 30 Orang**

Variabel	Jumlah Item	Cronbach's Alpha	Keterangan
Penanganan Keluhan	12	0,899	<b>Realibel</b>
Kepuasan Nasabah	6	0,752	<b>Realibel</b>

Sumber : Data primer diolah (2018)

Berdasarkan hasil uji tersebut, dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan yang disebutkan dalam kuesioner adalah reliabel dan dapat mengukur variabel yang diteliti. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai Cronbach's Alpha.

Uji reabilitas digunakan untuk melihat derajat ketepatan, ketelitian, atau keakuratan yang ditunjukkan oleh instrumen pengukuran. Dalam penelitian ini, uji reabilitas dilakukan dengan menggunakan bantuan SPSS versi 25.dapat dilihat pada tabel 4.9.

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji Reliabilitas 100 Orang**

Variabel	Jumlah Item	Cronbach's Alpha	Keterangan
Penanganan Keluhan	12	0,743	<b>Realibel</b>
Kepuasan Nasabah	6	0,739	<b>Realibel</b>

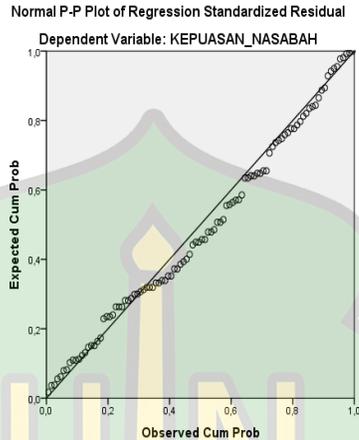
Sumber : Data primer diolah (2018)

Berdasarkan tabel 4.9 diatas dapat disimpulkan bahwa, setiap pertanyaan/ Pernyataan dalam instrumen yang digunakan dinyatakan reliabel. Hal ini dapat diketahui dengan membandingkan setiap nilai *Cronbach's Apha*, dan setiap hasilnya menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Apha* setiap komponen pertanyaan/ pernyataan lebih besar dari pada 0,60.

## **4.6 Uji Asumsi Klasik**

### **4.6.1 Uji Normalitas**

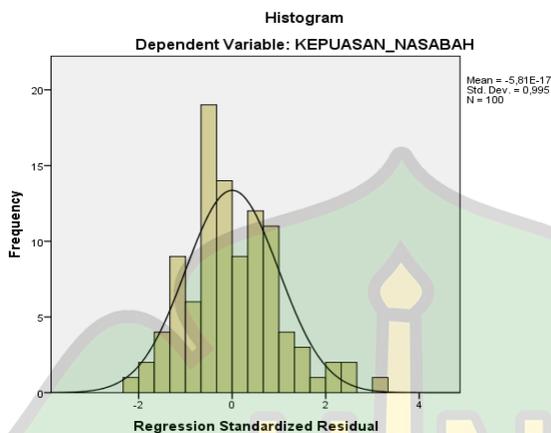
Uji normalitas data ini bertujuan untuk mengetahui distribusi data dalam variabel penelitian. Data yang baik dan layak digunakan adalah data yang memiliki distribusi normal. Uji normalitas dengan menggunakan pengolahan SPSS versi 25. Menghasilkan grafik sebagai berikut:



Sumber : Data primer diolah (2018)

#### **Gambar 4.6. Grafik Normal P Plot**

Berdasarkan gambar diatas, hasil normalitas dengan menggunakan uji *p-p plot Regression StandarizedResidual* menunjukkan bahwa titik-titik yang menyebar di sekitar garis diagonal/menyebar mengikuti garis diagonal dan mengikuti model regresi sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang diolah merupakan data yang berdistribusi normal sehingga uji normalitas terpenuhi. Peneliti juga menggunakan grafik histogram untuk melihat data berdistribusi normal atau tidak. Dari gambar 4.7 dapat dilihat bahwa distribusi data membentuk lonceng (*bell shaped*), tidak condong ke kiri atau ke kanan sehingga data berdistribusi normal.



Sumber : Data primer diolah (2018)

**Gambar 4.7. Grafik Normal P Plot**

#### 4.6.2 Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Berdasarkan hasil pengolahan data, maka hasil *Scatterplot* dapat dilihat pada gambar di bawah ini Gambar 4.10.

**Tabel 4.10**  
**Uji Heterokedastisitas**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,770	1,134		1,561	,122
PENANGANAN_KELUHAN	,051	,044	,117	1,166	,247

a. Dependent Variable: RES\_2

Sumber: Data Primer diolah (2018)

Berdasarkan tabel 4.10 dapat dilihat bahwa nilai (Sig). Penanganan keluhan sebesar 0,247 dan nilai (Sig) . untuk melihat terjadi heterokedastisitas atau tidak, maka nilai (Sig), harus dibandingkan dengan 0,05.

Dari tabel 4.10 dapat disimpulkan bahwa tidak terjadinya heterokedastisitas, karena nilai (Sig) variabel penanganan keluhan lebih besar dari 0,05.

#### 4.7 Analisis Regresi Sederhana

Sebelum melakukan pengujian hipotesis, terlebih dahulu dilakukan analisis regresi analisis regresi sederhana. Analisis ini dilakukan untuk melihat berapa besar pengaruh yang diberikan oleh penanganan keluhan terhadap tingkat kepuasan nasabah pada Bank Aceh Syariah Capem Jeulingke. Adapun hasil analisis regresi sederhana dengan bantuan SPSS versi 25, dapat dilihat pada Tabel 4.11.

**Tabel 4.11**  
**Analisis Regresi Sederhana**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	9,121	1,835		4,972	,000
PENANGANAN_KELUHAN	,215	,071	,294	3,047	,003

a. Dependent Variable: KEPUASAN\_NASABAH

Sumber : Data Primer diolah (2018)

Berdasarkan tabel di atas, maka dapat dirumuskan persamaan regresi sederhana sebagai berikut :

$$Y = a + bX + e$$

$$Y = 9,121 + 0,215X + e$$

Angka-angka di atas dapat diartikan bahwa :

- a = angka konstan dari Unstandardized Coefficients. Dalam penelitian ini sebesar 9,121. Angka ini merupakan angka konstan yang mempunyai arti jika tidak ada variabel penanganan keluhan (X) maka nilai kepuasan nasabah (Y) adalah sebesar 9,121.
- b = angka koefisien regresi. Nilainya sebesar 0,215. Angka ini mengandung arti bahwa setiap penambahan 1% penanganan keluhan (X), maka kepuasan nasabah (Y) akan meningkat sebesar 0,215.

Karena nilai koefisien regresi bernilai positif maka dengan demikian dapat dikatakan bahwa penanganan keluhan (X) berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah (Y).

Untuk melihat apakah penanganan keluhan berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah maka peneliti menggunakan uji t (uji parsial). Untuk melihat apakah penanganan keluhan berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah atau tidak, juga dapat diketahui dari perbandingan antara nilai signifikansinya yaitu nilai signifikansi variabel penanganan keluhan dengan nilai signifikansi ketetapanannya yaitu 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi adalah  $0,003 < 0,05$  artinya  $H_a$  diterima  $H_0$  ditolak.

## 4.8 Pengujian Hipotesis

### 4.8.1 Uji t (Uji Parsial)

**Tabel 4.12**  
**Uji t (Uji Parsial)**

Variabel	t hitung	t tabel
Penanganan Keluhan (X)	3.047	1,98477

Sumber : Data primer diolah (2018)

Uji statistik t dilakukan untuk membuktikan hipotesis yang telah dibuat sebelumnya. Berdasarkan Tabel 4.12 diperoleh nilai t hitung sebesar 3.047 dan nilai t tabel sebesar 1,98447, maka dapat disimpulkan bahwa  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ . Dengan demikian hipotesis  $H_a$  yang menyatakan bahwa penanganan keluhan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah diterima. Maka hal ini

mengindikasikan bahwa penanganan keluhan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah Bank Aceh Syariah Capem Jeulingke.

#### 4.8.2 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determasi dilakukan untuk melihat seberapa besar kontribusi variabel bebas (penanganan keluhan) terhadap variabel terikat (tingkat kepuasan nasabah). Nilai koefisien determasi ( $R^2$ ) ditentukan dengan nilai *R square*.

**Tabel 4.13**  
**Koefisien Determasi ( $R^2$ )**

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,294 <sup>a</sup>	,087	,077	3,95054

a. Predictors: (Constant), PENANGANAN\_KELUHAN

Sumber : Data primer diolah (2018)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai koefisien determasi ( $R^2$ ) yang ditunjukkan dari *R Square* sebesar 0,087 Artinya pengaruh yang diberikan oleh penanganan keluhan terhadap tingkat kepuasan nasabah Bank Aceh Syariah Capem Jeulingke sebesar 8,7% sedangkan 91,3% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini.

#### 4.9 Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya, diperoleh nilai *unstandardized coefficient* penanganan keluhan sebesar 0,215 dan nilai signifikannya sebesar 0,003 > 0,05 artinya penanganan keluhan berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat

kepuasan nasabah Bank Aceh Syariah Capem Jeulingke. Maksud dari berpengaruh positif, jika penanganan keluhan meningkat maka tingkat kepuasan nasabah juga meningkat, begitu pula sebaliknya.

Nilai *R square* sebesar 0,087 yang berarti variabel tingkat kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh variabel penanganan keluhan sebesar 8,7% sedangkan 91,7% dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian. Terkait persamaan pada uji regresi sederhana dapat diartikan bahwa apabila tingkat kepuasan nasabah ditingkatkan sebesar 1% maka tingkat kepuasan nasabah akan meningkat sebesar 0,215 atau 21,5%. Apabila nilai tingkat penanganan keluhan dimisalkan 0 (tetap) maka nilai tingkat kepuasan nasabah adalah sebesar 9,121.

Bank harus memberikan penanganan keluhan sebaik mungkin kepada setiap nasabah yang melakukan keluhan sehingga nasabah merasa puas terhadap bank tersebut. Dengan adanya penanganan keluhan yang bersifat adil terhadap setiap nasabah tanpa membeda-bedakan, akan menghasilkan kepercayaan dan komitmen dari nasabah sehingga nasabah tersebut akan menjadi nasabah yang setia dan tidak ingin berpindah ke bank lain. Begitu pula dengan yang dilakukan Oleh Bank Aceh Syariah Capem T. Nyak Arief Jeulingke Banda Aceh, selalu memberikan penanganan keluhan sesuai dengan harapan dan keinginan nasabah sehingga nasabah merasa puas dengan penanganan keluhan yang diberikan oleh Bank Aceh Syariah Capem T. Nyak Arief Jeulingke Banda Aceh.

Begitu pula sebaliknya apabila bank tidak memberikan penanganan keluhan yang sesuai dengan harapan dan keinginan nasabah sehingga nasabah merasa tidak puas, maka nasabah akan dengan mudahnya berpindah ke bank lain yang dianggapnya dapat memberikan penanganan keluhan yang sesuai dengan keinginannya.

Hasil penelitian konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Yessy Artanti dan Lestari Ningsih(2010) yang menyatakan bahwa penanganan keluhan (X) sebagai variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen kepuasan nasabah (Y) sebesar 61,9%. Begitu pula halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Anindhya Budiarti (2011) yang mengatakan bahwa penanganan keluhan (X) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y). Fornell (2003) dalam Anindhya Budiarti mengatakan bahwa suatu perusahaan yang melakukan penanganan dapat mengubah konsumen yang mengeluh menjadi konsumen yang merasa puas dan setia menggunakan jasa layanan perusahaan. Kepuasan dirasakan langsung oleh konsumen melalui penanganan yang cepat dan tepat atau keluhan-keluhan yang mereka kemukakan.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil yang telah peneliti dapatkan baik melalui hasil analisis yang telah peneliti lakukan maupun secara deskriptif dan statistik dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 25, didapatkan hasil sebagai berikut :

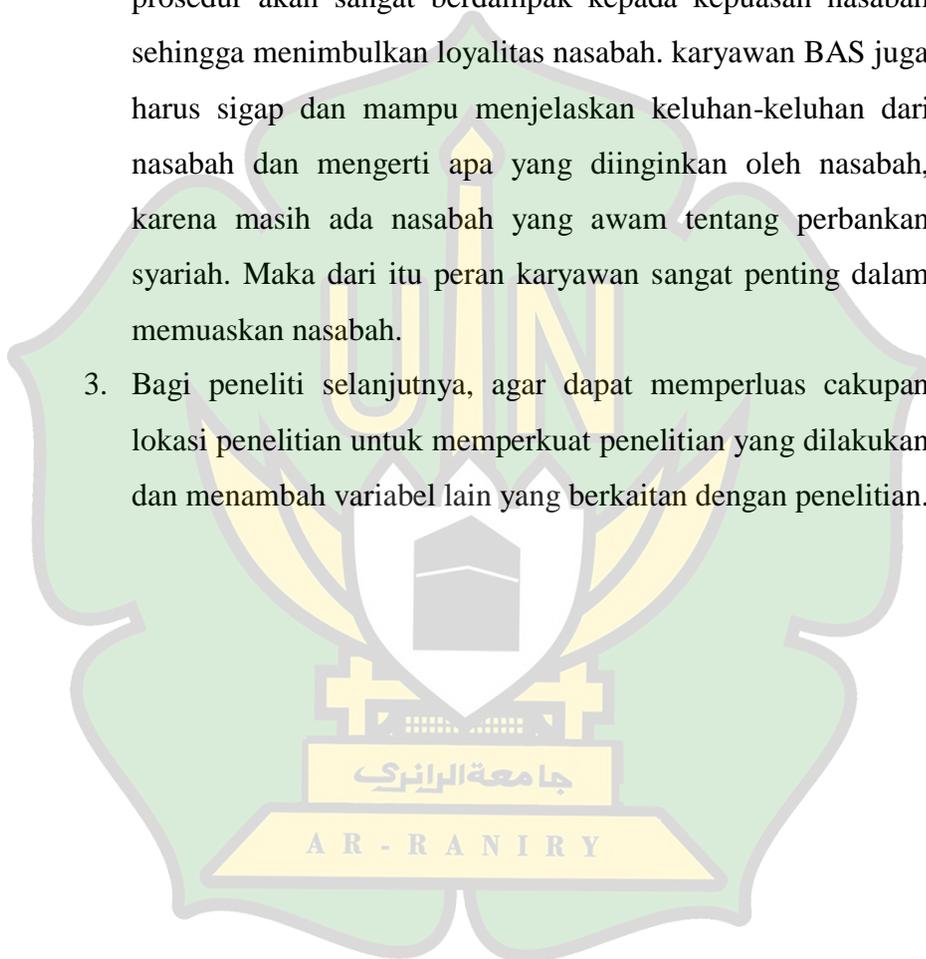
1. Penanganan keluhan berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah Bank Aceh Syariah Capem Jeulingke. Hal ini dibuktikan melalui uji t, nilai t hitung sebesar  $3,047 > t$  tabel  $1,98447$  dengan nilai signifikansi  $0,003 < 0,05$ . Hal ini mengindikasikan  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak.
2. Berdasarkan uji koefisien determinasi diperoleh nilai *R Square* sebesar  $0,087$ . Artinya tingkat kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh variabel penanganan keluhan sebesar  $8,7\%$  sedangkan  $91,7\%$  dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini.

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan permasalahan yang diangkat oleh penulis yaitu mengenai pengaruh penanganan keluhan terhadap tingkat kepuasan nasabah, maka penulis memberikan saran sebagai berikut :

1. Bagi PT. Bank Aceh Syariah Capem Jeulingke diharapkan dapat memberikan penanganan keluhan kepada nasabah dengan maksimal, agar nasabah merasa puas dan tidak

2. merasa kecewa setelah menggunakan produk atau layanan yang diberikan oleh BAS, dimana dengan menangani keluhan-keluhan dari nasabah dengan baik dan sesuai prosedur akan sangat berdampak kepada kepuasan nasabah sehingga menimbulkan loyalitas nasabah. karyawan BAS juga harus sigap dan mampu menjelaskan keluhan-keluhan dari nasabah dan mengerti apa yang diinginkan oleh nasabah, karena masih ada nasabah yang awam tentang perbankan syariah. Maka dari itu peran karyawan sangat penting dalam memuaskan nasabah.
3. Bagi peneliti selanjutnya, agar dapat memperluas cakupan lokasi penelitian untuk memperkuat penelitian yang dilakukan dan menambah variabel lain yang berkaitan dengan penelitian.



## DAFTAR PUSTAKA

- Al Arif, M. Nur Rianto. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Anindhytia Budiarti. (2011). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Penanganan Keluhan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Pada Bank Umum Syariah Surabaya. *Jurnal*. Vol.15
- Arikunto, Suharsimi. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta Rineka Cipta.
- Artanti, Yessy dan Lestari Ningsih. (2010). Pengaruh Penanganan Keluhan Terhadap Loyalitas Nasabah PT Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Perantara (Studi Pada Nasabah Bank Muamalat Cabang Surabaya. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*.
- Arifin, Zainu. (2003). *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah*. Jakarta: Alvabet.
- Budiasih, Yanti. (2012). *Statistika Deskriptif Untuk Ekonomi & Bisnis*. Tangerang: Jelajah Nusa.
- Erna Budiati. (2017). Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Layanan Dan Penanganan Keluhan Terhadap Loyalitas Pelanggan Indosat Ooredoo Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. *Skripsi*
- Ferdyan Chandra Chrisna & Yessy Artanty. (2013). Pengaruh Kualitas Layanan dan Penanganan Keluhan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Ngajuk). *Jurnal Ilmu Manajemen*. Vol.1

Fitry mustagfiroh. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Penanganan Keluhan, Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Word Of Mouth (Studi Kasus PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Tengah Kantor Cabang Pembantu Unissula). *Diploma, Thesis UIN Walisongo*.

Ghozali, Imam. (2013). *Apikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Edisi Ketujuh*. Semarang: Universitas Diponegoro.

Hasibuan, Malayu s.p. (2001). *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta: PT Bumi Aksara.

Ikatan Bankir Indonesia. (2013). *Memahami Bisnis Bank*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Irawan, Handi. (2003). *10 prinsip kepuasan*. Jakarta: Elex Media Computindo.

Ismail. (2011). *perbankan syariah*. Jakarta Prenada: Media Group.

Ivonne Wood .(2009). *Layanan Pelanggan: Cara Praktis, Murah Dan Inspiratif Memuaskan Pelanggan Anda*. Yogyakarta : Graha Ilmu.

Kasmir. (2010). *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana.

\_\_\_\_\_. (2008). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: PT Raja Grafindo PerSada.

\_\_\_\_\_. (2008). *Pemasaran Bank Edisi Revisi*. Jakarta: Kencana.

\_\_\_\_\_. (2006). *Kewirausahaan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

\_\_\_\_\_. (2005). *Etika cusstomer service*. jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

- Kevin Aditya Pratama. (2018). Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Rakyat Indonesia Cabang Ponorogo. *Skripsi*.
- Krismanto, Adi. (2009). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah. (*Tesis: Program Studi Magister Manajemen, Universitas Diponegoro: Semarang*).
- Kotler, Philip & Asrmstrong, Gary. (2001). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Lutfi Setyo Nugroho. (2017). Pengaruh Kepercayaan , Komitmen, Komunikasi Dan Penanganan Keluhan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Mandiri Cabang Yogyakarta. *Skripsi*
- Marviraton. (2017). Aplikasi Mobile Banking Dalam Transaksi Pada PT Bank Aceh Syariah Capem T. Nyak Arif Jeulingke Banda Aceh. *Laporan kerja praktik D3*.
- Muhammad. (2008). *Metodologi penelitian ekonomi islam pendekatan kuantitatif*. Jakarta: PT Grafindo Persada.
- \_\_\_\_\_. (2005). *Manajemen Bank Syariah*. Yogyakarta: (UPP) AMP YKPN.
- Muhammad Ziadi. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Di Maxx Coffee Yogyakarta. *Jurnal*
- Nisa Kusumawardhani. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan , Penanganan Komplain, Kualitas Produk, Dan Tingkat Margin Terhadap Kepuasan Nasabah Produk Pembiayaan Murabahah (Studi Pada Kspps Ubasyada Ciputat, Tangerang Selatan). *Skripsi*.
- Nugroho, Setiadi. (2003). *Perilaku konsumen: konsep dan implikasi untuk strategi dan penelitian pemasaran*. Jakarta: kencana.

- Noor, Juliansyah. (2011). *Metode Penelitian: skripsi, tesis, disertasi, dan karya ilmiah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Nurhayati, Tri Kurnia. (2003). *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia Dengan Ejaan Yang Disempurnakan*. Jakarta: Eska Media.
- Layanan Buruk Mesin Atm Bank Aceh. Diakses tanggal 3 februari 2018. dari situs <http://www.pikiranmerdeka.co/2016/12/26/layanan-buruk-mesin-atm-bank-aceh/>.
- Ramli Ahmaddien. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Nagari Cabang Utama Padang. *Tugas Akhir Program Magister (TAPM)*.
- Rahmayanty, Nina. (2010). *Manajemen Pelayanan Prima(Mencegah Pembeloyan dan Membangun Customer Loyalty)*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Rodoni, Ahmad & Hamid, Abdul. (2008). *Lembaga keuangan syariah*. zikrul hakim.
- Rochaty, Ety & Fresnaty, Ratih. (2008). *Kamus Istilah Ekonomi, Cet II* Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Saleh, Akh Muwafik. (2011). *Public Service Communication*. Malang: UMM Pers.
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. (2013). *perilaku konsumen-pendekatan praktis disertai himpunan jurnal penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Sejarah Singkat Bank Aceh (2019). Diakses tanggal 1 Oktober jam 8.20 wib dari situs: [http://www.bankaceh.co.id/?page\\_id=82](http://www.bankaceh.co.id/?page_id=82)
- Sugiyono. (2014). *Metode Peneltian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2010). *metode penelitian kuantitatif dan kualitatif dan R&D*. Alfabeta: Bandung.

Sunyoto, Danang. (2013). *Teori, kuesioner, dan Analisis Data Untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Sunyoto, Danang. (2011). *Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi: Alat Statistik & Analisis Output Komputer*. Yogyakarta: CAPS.

Tjiptono, Fandy. (2014). *Pemasaran jasa*. Yogyakarta: Cv Andi.

Tjiptono, Fandy & Chandra, Gregorius. (2011). *Service, quality & satisfaction edisi 3*. Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, Fandy. (2008). *Stratregi Pemasaran, Edisi 3*. Yogyakarta: ANDI

Tjiptono, F. dan Chandra, G. (2007). *Service Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, Fandy. (2007). *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayu Media Publishing.

Tjiptono, Fandy. (2006). *Manajemen Jasa. Edisi Pertama*. Yogyakarta: Andi.

Veithzal, Rivai, Permata, Andria Veithzal, Ferry N.Indroes. (2007). *Bank and Financial Institution Management Conventional & syari'ah system* : Rajawali Pers.

Visi Misi dan Motto (2019). Diakses tanggal 1 Oktober jam 8.00 wib dari situs: [http://www.bankaceh.co.id/?page\\_id=98](http://www.bankaceh.co.id/?page_id=98).

Wahjono, Sentot Imam. (2010). *Manajemen Pemasaran Bank*.  
Yogyakarta: Graha.



## Lampiran 1 :Kuesioner Penelitian

### KUESIONER PENELITIAN

### FEBI UIN AR-RANIRY 2018

---

---

### KUESIONER PENELITIAN

Kepada :

Yth. Bapak/Ibu/Sdr/i/Nasabah

PT. Bank Aceh Syariah Capem Jeulingke

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Bapak/Ibu/Sdr/I yang saya hormati,

Sehubungan dengan penyelesaian Tugas Akhir Skripsi, yang berjudul "Pengaruh Penanganan Keluhan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah PT. Bank Aceh Syariah Capem T. Nyak Arief Jeulingke Banda Aceh", saya :

Nama : Nisa Raudhatul Jannah

NIM : 140603192

Fakultas/Prodi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam /  
Perbankan Syariah

Universitas : Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda  
Aceh

Bermaksud untuk memohon kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/I untuk menjadi responden dengan mengisi kuesioner atau angket ini sesuai dengan pendapat Bapak/Ibu/Sdr/I masing-masing.

Kesediaan dan kesungguhan Bapak/Ibu/Sdr/I dalam mengisi kuesioner ini akan menjadi bantuan yang sangat berarti bagi saya untuk menyelesaikan penelitian skripsi ini. Saya menjamin identitas Bapak/Ibu akan dirahasiakan dan hasilnya akan digunakan untuk kepentingan penelitian. Atas perhatian dan kerjasamanya, saya ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum, Wr.Wb.

Hormat Saya,

Nisa Raudhatul Jannah

### **KUESIONER PENELITIAN**

#### **Pengaruh Penanganan Keluhan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Aceh Syariah Capem T. Nyak Arief Jeulingke**

- Petunjuk Pengisian Kuesioner :
- Mohon isikan data diri anda pada kolom yang telah disediakan.
  - Berilah tanda centang (√) pada pernyataan berikut ini, isilah sesuai dengan apa yang anda rasakan pada kolom yang telah disediakan.
  - Ada lima pilihan jawaban yang tersedia untuk masing-masing pernyataan, yaitu :
    - 1 = Sangat Tidak Setuju
    - 2 = Tidak Setuju
    - 3 = Ragu-ragu
    - 4 = Setuju
    - 5 = Sangat Setuju

**I. DATA PRIBADI**

1. Jenis Kelamin :  Pria  Wanita

2. Umur :  21-30 tahun

31-40 tahun

41-50 tahun

51-60 tahun

> 60 tahun

3. Pekerjaan :  Wira Swasta

Ibu rumah tangga

Pegawai Negeri

Pensiunan

Pegawai Swasta

Lainnya

4. Penghasilan per bulan:

Kurang dari Rp 1.000.000.00

Rp 1.000.000.00 – Rp 2.000.000.00

Rp 2.000.000.00 – Rp 3.500.000.00

Rp 3.500.000.00 – Rp 5.000.000.00

> Rp 5.000.000.00

5. Sudah menjadi nasabah PT. Bank Aceh Syariah selama :

Kurang dari 1 tahun

1-3 tahun

Lebih dari 3 tahun

Berilah tanda centang (√) pada pernyataan berikut ini, isilah sesuai dengan apa yang anda rasakan pada kolom yang telah disediakan

1 = Sangat Tidak Setuju

2 = Tidak Setuju

3 = Ragu-Ragu

4 = Setuju

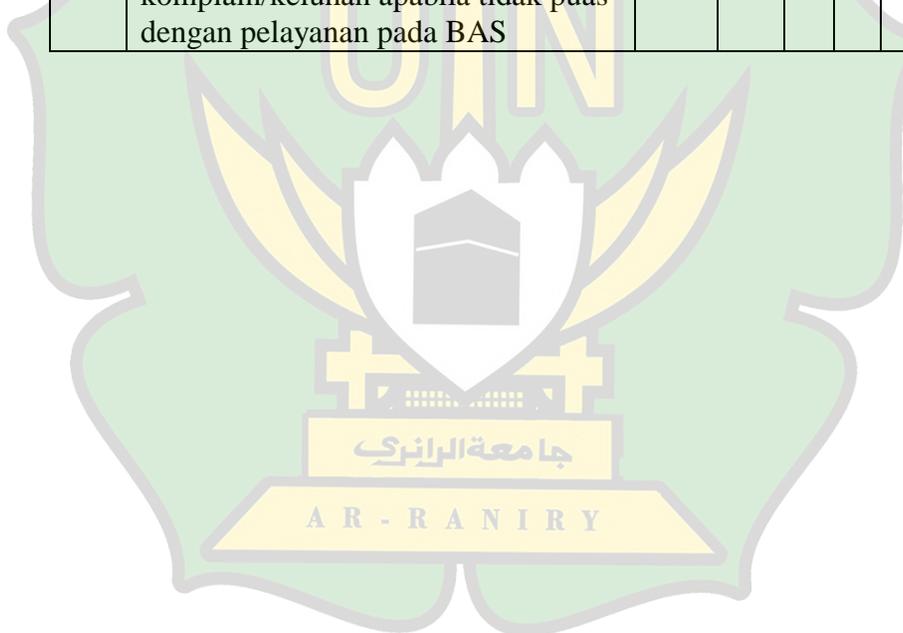
5 = Sangat setuju

## II. ITEM PENYATAAN

No.	Pernyataan	STS	TS	R	S	SS
<b>PENANGANAN KELUHAN</b>						
<b>Empati Terhadap Pelanggan Yang Marah</b>						
1.	BAS selalu siap dalam menghadapi kemungkinan terjadinya permasalahan nasabah					
2.	Karyawan BAS memberikan perhatian kepada nasabah yang melakukan keluhan					
3.	Karyawan BAS mengetahui dan memahami keluhan yang di sampaikan oleh nasabah					

<b>Kecepatan Dalam Penanganan Keluhan</b>					
4.	BAS sigap dalam menangani komplain/keluhan dari nasabah				
5.	BAS menyelesaikan keluhan komplain dengan cepat dan tepat pada waktu yang telah ditentukan				
6.	Karyawan BAS memiliki kemampuan untuk menyelesaikan permasalahan keluhan yang terjadi				
<b>Kewajaran Atau Keadilan Dalam Memecahkan Permasalahan Keluhan</b>					
7.	Nasabah mendapatkan penanganan keluhan yang adil dan wajar dalam memecahkan permasalahan komplain dari nasabah				
8.	Karyawan BAS menyampaikan informasi keluhan nasabah dengan baik dan jelas				
9.	Nasabah merasa aman dan nyaman dalam menyampaikan keluhan				
<b>Kemudahan Bagi Konsumen Dalam Menghubungi Perusahaan</b>					
10.	BAS dapat langsung menerima komplain/keluhan dari nasabah				
11.	BAS memberikan kemudahan dalam pengajuan komplain/keluhan dari nasabah				
12.	BAS menyediakan layanan konsumen agar nasabah dapat dengan mudah dalam menyampaikan keluhan seperti adanya kotak saran dan telepon gratis				
<b>KEPUASAN NASABAH</b>					
<b>Kepuasan Nasabah Keseluruhan</b>					
13.	Nasabah merasa puas dengan pelayanan penanganan komplain/keluhan pada BAS				
<b>Dimensi Kepuasan Konsumen</b>					
14.	Pelayanan yang diberikan oleh BAS sangat memuaskan nasabah				

<b>Konfirmasi Harapan</b>					
15.	Layanan yang diberikan oleh BAS sesuai dengan harapan nasabah				
<b>Minat Dalam Melakukan Pembelian Ulang</b>					
16.	Nasabah akan menggunakan kembali jasa BAS untuk masa selanjutnya				
<b>Kesediaan Untuk Merekomendasikan Produk Kepada Orang Lain</b>					
17.	Nasabah bersedia untuk merekomendasikan produk dan layanan BAS kepada orang lain				
<b>Ketidakpuasan Nasabah</b>					
18.	Nasabah akan melakukan komplain/keluhan apabila tidak puas dengan pelayanan pada BAS				



### Lampiran 2 : Tabulasi Jawaban Responden

N o.	P K L 1	P K L 2	P K L 3	P K L 4	P K L 5	P K L 6	P K L 7	P K L 8	P K L 9	P K L 10	P K L 11	P K L 12	K P N 1	K P N 2	K P N 3	K P N 4	K P N 5	K P N 6
1	2	1	1	3	2	3	2	2	2	1	1	2	3	2	2	3	4	3
2	2	2	2	3	3	4	3	3	3	2	2	2	1	2	2	2	3	3
3	3	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	1	2	1	2	3	4	3
4	4	3	2	2	1	1	1	2	2	1	2	4	3	2	3	2	2	2
5	3	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	1	1	4	5	5	5	4
6	5	4	3	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	3	4	2	3
7	3	2	1	2	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2	3	4	3	4
8	2	1	1	2	2	3	2	2	2	2	1	1	1	2	3	3	4	3
9	4	2	2	1	1	2	1	2	3	2	3	2	3	2	2	1	2	3
10	1	2	2	2	2	1	3	3	4	3	2	2	3	2	2	2	3	3
11	1	2	3	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	3	1	1	1	3
12	3	2	2	3	2	2	3	2	2	1	1	2	2	3	4	5	4	3
13	1	1	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	1
14	2	2	2	2	3	2	1	1	1	2	3	3	2	3	5	3	3	5
15	4	3	2	1	2	2	2	1	2	3	2	4	3	3	3	2	2	1
16	2	2	2	2	2	3	2	2	1	2	3	2	2	2	3	2	3	4
17	1	2	3	2	1	3	3	2	2	1	2	3	2	2	2	3	2	1
18	1	2	2	2	1	1	1	1	1	2	2	2	2	3	4	2	3	2
19	2	2	3	2	3	2	2	1	2	1	3	2	1	1	1	2	2	2
20	1	1	2	1	2	1	2	3	4	2	3	3	2	2	3	3	2	4
21	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	1	2	2	3	4	3	3	2
22	4	3	4	3	2	2	1	1	2	3	2	1	2	2	3	2	3	3
23	4	4	5	4	3	4	5	4	4	3	3	5	4	3	4	2	3	4
24	2	3	3	2	2	3	2	2	2	2	1	1	1	2	3	2	2	2
25	3	4	4	2	1	1	1	1	2	3	2	3	2	3	2	2	1	3
26	4	4	4	1	2	1	1	2	2	1	1	2	2	1	2	3	2	4
27	2	1	1	2	2	3	3	2	2	1	1	1	1	1	2	3	3	3
28	3	5	5	4	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	3	4	3
29	3	5	5	1	1	2	2	2	3	3	3	1	2	2	2	5	4	3
30	4	4	4	1	2	2	2	1	2	2	2	2	1	1	1	3	2	3
31	5	3	3	4	3	2	3	5	2	3	2	2	1	1	3	3	3	4
32	5	5	5	1	1	2	2	2	3	4	2	1	2	5	2	3	3	4
33	4	3	3	2	3	2	3	1	2	3	3	2	2	3	4	5	4	4
34	4	2	2	1	2	2	4	4	3	2	3	2	4	5	4	4	3	4
35	5	4	4	3	3	3	2	1	2	3	2	2	3	4	5	5	4	5
36	4	5	5	2	3	4	3	3	2	1	2	4	3	3	3	3	3	3
37	5	4	4	3	2	4	3	5	2	2	5	4	5	4	3	3	4	3
N	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	K	K	K	K	K	K

o.	K L 1	K L 2	K L 3	K L 4	K L 5	K L 6	K L 7	K L 8	K L 9	K L 10	K L 11	K L 12	P N 1	P N 2	P N 3	P N 4	P N 5	P N 6
38	1	1	1	2	1	2	3	4	3	2	1	1	1	2	3	2	2	1
39	2	2	2	3	3	2	3	2	2	3	3	2	1	2	1	1	1	1
40	3	2	1	2	3	2	1	1	1	1	2	1	2	2	1	2	3	4
41	3	2	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	3	2	3
42	3	2	3	2	2	2	2	1	1	1	1	1	2	3	2	1	1	3
43	3	2	2	2	1	1	2	3	1	2	2	3	2	1	2	3	2	2
44	4	4	4	3	4	3	4	3	1	3	2	1	2	1	3	2	1	4
45	2	1	2	4	4	3	1	3	2	3	2	3	4	5	2	1	2	3
46	4	5	4	3	2	3	2	2	3	4	3	2	1	1	2	1	2	3
47	3	2	2	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2
48	3	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2	1	1	1	1	2	2	2
49	2	2	1	1	1	2	3	2	1	2	1	1	4	5	3	4	5	5
50	3	2	2	4	3	2	2	1	2	1	2	2	2	3	2	2	1	1
51	5	1	4	1	2	1	1	1	2	1	2	2	2	2	2	1	2	4
52	2	1	2	2	1	2	2	1	1	2	1	2	2	1	1	2	2	5
53	1	2	3	2	2	1	2	2	1	1	1	2	3	2	1	1	2	4
54	2	3	2	1	1	2	1	1	2	3	2	1	2	2	1	2	3	2
55	3	2	2	1	2	2	1	1	2	1	1	2	3	4	3	2	2	2
56	2	2	3	2	1	1	2	2	1	1	2	2	2	2	3	4	4	3
57	4	4	4	1	2	2	3	4	3	4	3	3	4	4	5	3	4	5
58	3	4	4	1	1	2	1	2	3	3	2	1	1	1	2	2	2	4
59	4	4	3	2	1	2	1	3	1	2	3	4	3	3	3	3	2	3
60	4	1	4	2	1	1	2	2	1	1	2	2	1	1	2	1	2	1
61	2	2	2	2	2	3	2	1	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2
62	4	2	2	2	3	4	3	2	1	1	1	2	2	2	2	2	4	3
63	4	5	4	3	2	3	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1	2	3
64	5	4	4	3	3	3	2	1	1	1	2	3	2	4	5	4	3	2
65	3	2	1	1	2	1	1	2	2	3	2	3	1	1	1	1	2	4
66	2	2	3	2	1	2	1	2	3	2	1	2	1	3	2	3	4	5
67	2	2	3	2	2	2	3	2	1	2	2	2	1	1	1	2	3	4
68	2	2	3	3	2	2	2	2	1	2	1	2	1	1	1	2	1	2
69	1	1	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	1	2	3	3
70	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	1	1	2	2	2	1	3	3
71	2	2	1	2	3	4	3	2	1	2	1	1	1	1	3	4	3	3
7	1	2	2	1	1	2	2	1	1	2	3	2	2	3	4	3	2	1

N o.	P K L 1	P K L 2	P K L 3	P K L 4	P K L 5	P K L 6	P K L 7	P K L 8	P K L 9	P K L 10	P K L 11	P K L 12	K P N 1	K P N 2	K P N 3	K P N 4	K P N 5	K P N 6
73	3	5	5	1	1	2	1	2	1	1	2	2	1	2	1	2	2	5
74	3	3	3	1	2	1	1	2	1	2	2	1	2	3	2	2	3	4
75	3	2	2	1	1	1	2	1	1	1	1	2	3	2	1	3	2	5
76	2	3	2	1	2	3	4	4	3	2	2	2	1	2	1	2	2	3
77	2	3	2	1	2	1	2	1	2	1	1	1	2	3	2	2	1	1
78	4	3	2	1	2	2	1	2	1	2	3	2	3	4	5	2	2	2
79	1	2	3	2	2	2	2	3	4	3	2	2	3	2	3	4	3	4
80	5	4	4	3	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	3	4
81	1	1	1	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	3	2	3	4	5
82	1	2	2	2	2	2	1	2	3	1	2	2	1	2	2	2	1	4
83	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	3	3
84	2	3	4	4	3	2	2	1	2	2	3	4	3	2	1	1	1	1
85	3	3	2	1	2	2	2	3	4	3	4	3	2	1	2	1	2	3
86	2	2	1	2	2	2	1	2	1	1	2	2	3	2	3	2	2	3
87	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1
88	3	3	2	1	1	2	1	2	1	2	1	2	2	1	2	2	4	4
89	2	2	3	4	2	1	1	1	1	2	2	2	3	4	3	2	3	4
90	3	2	1	1	1	2	2	1	2	1	2	2	1	1	2	1	3	5
91	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	1	2	2	1	2	4
92	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2	2	3	2	2	1	1	2	4
93	2	2	1	1	2	1	2	1	2	2	1	2	1	2	3	3	4	5
94	1	2	1	2	3	3	2	3	2	2	1	2	1	2	3	2	2	3
95	4	3	2	1	2	1	2	3	2	1	2	3	4	3	2	1	1	2
96	3	2	2	1	2	1	2	3	2	3	2	2	2	1	2	2	3	3
97	4	3	2	2	3	2	1	2	1	2	2	2	2	2	3	4	3	4
98	2	3	2	1	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	1	1	1
99	2	2	1	2	2	3	2	2	1	1	3	2	1	1	2	2	2	2
100	2	3	2	2	2	2	2	3	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2

### Lampiran 3 : Tabulasi Karakteristik Responden

NO	JK	UMR	PKJ	GJ	MS
1	2,00	3,00	2,00	3,00	3,00
2	1,00	3,00	1,00	4,00	3,00
3	1,00	5,00	2,00	3,00	3,00
4	1,00	5,00	4,00	4,00	3,00
5	1,00	2,00	2,00	3,00	3,00
6	2,00	2,00	2,00	4,00	3,00
7	1,00	3,00	2,00	4,00	3,00
8	2,00	3,00	4,00	2,00	3,00
9	1,00	5,00	5,00	4,00	3,00
10	2,00	2,00	4,00	1,00	3,00
11	1,00	1,00	6,00	1,00	2,00
12	2,00	1,00	3,00	1,00	1,00
13	1,00	3,00	2,00	4,00	3,00
14	1,00	3,00	2,00	4,00	3,00
15	1,00	4,00	2,00	3,00	3,00
16	2,00	2,00	3,00	3,00	3,00
17	1,00	4,00	5,00	4,00	3,00
18	1,00	4,00	2,00	3,00	3,00
19	2,00	2,00	2,00	4,00	3,00
20	2,00	2,00	2,00	3,00	3,00
21	2,00	1,00	2,00	4,00	3,00
22	2,00	5,00	4,00	3,00	3,00
23	1,00	4,00	2,00	4,00	3,00
24	1,00	5,00	5,00	3,00	3,00
25	2,00	4,00	5,00	3,00	3,00
26	2,00	5,00	5,00	1,00	3,00
27	1,00	3,00	2,00	4,00	3,00
28	1,00	2,00	2,00	5,00	3,00
29	1,00	1,00	6,00	2,00	3,00
30	1,00	3,00	2,00	4,00	3,00
31	2,00	2,00	4,00	2,00	3,00
32	1,00	3,00	2,00	3,00	3,00
33	2,00	2,00	2,00	3,00	3,00
34	1,00	5,00	5,00	4,00	3,00
35	1,00	3,00	2,00	5,00	3,00
36	1,00	2,00	2,00	5,00	3,00
37	2,00	1,00	4,00	1,00	3,00
38	2,00	2,00	2,00	3,00	3,00
39	1,00	3,00	2,00	4,00	3,00
40	1,00	5,00	5,00	4,00	3,00

NO	JK	UMR	PKJ	GJ	MS
41	2,00	3,00	2,00	3,00	3,00
42	1,00	3,00	3,00	3,00	3,00
43	2,00	1,00	4,00	1,00	1,00
44	1,00	3,00	1,00	2,00	3,00
45	1,00	2,00	2,00	3,00	3,00
46	2,00	2,00	4,00	1,00	1,00
47	2,00	3,00	2,00	4,00	3,00
48	1,00	3,00	1,00	3,00	3,00
49	2,00	2,00	3,00	3,00	3,00
50	2,00	4,00	4,00	1,00	2,00
51	1,00	3,00	2,00	4,00	3,00
52	1,00	3,00	1,00	5,00	3,00
53	1,00	3,00	1,00	3,00	2,00
54	2,00	2,00	2,00	4,00	3,00
55	1,00	1,00	6,00	1,00	2,00
56	2,00	2,00	6,00	2,00	3,00
57	1,00	5,00	2,00	4,00	3,00
58	1,00	3,00	1,00	5,00	3,00
59	1,00	2,00	2,00	4,00	3,00
60	2,00	1,00	3,00	3,00	2,00
61	2,00	2,00	2,00	3,00	3,00
62	2,00	2,00	1,00	2,00	3,00
63	2,00	2,00	2,00	4,00	3,00
64	1,00	2,00	3,00	3,00	3,00
65	1,00	5,00	5,00	2,00	3,00
66	2,00	2,00	3,00	3,00	2,00
67	2,00	2,00	2,00	3,00	3,00
68	2,00	2,00	2,00	3,00	3,00
69	2,00	1,00	6,00	2,00	2,00
70	1,00	3,00	2,00	3,00	3,00
71	2,00	2,00	3,00	2,00	3,00
72	1,00	2,00	1,00	2,00	3,00
73	1,00	3,00	3,00	3,00	3,00
74	2,00	2,00	2,00	3,00	2,00
75	1,00	3,00	1,00	4,00	2,00
76	1,00	3,00	1,00	2,00	3,00
77	2,00	2,00	2,00	4,00	3,00
78	2,00	4,00	2,00	4,00	3,00
79	1,00	1,00	1,00	2,00	2,00
80	2,00	2,00	2,00	4,00	3,00
81	1,00	2,00	3,00	3,00	2,00

NO	JK	UMR	PKJ	GJ	MS
82	1,00	1,00	1,00	3,00	1,00
83	2,00	3,00	2,00	4,00	3,00
84	1,00	2,00	3,00	2,00	1,00
85	1,00	4,00	2,00	3,00	3,00
86	2,00	1,00	2,00	1,00	2,00
87	2,00	2,00	3,00	2,00	3,00
88	1,00	3,00	5,00	2,00	3,00
89	1,00	3,00	1,00	5,00	2,00
90	1,00	3,00	1,00	2,00	1,00
91	1,00	3,00	3,00	2,00	3,00
92	2,00	2,00	3,00	2,00	3,00
93	1,00	2,00	2,00	3,00	3,00
94	1,00	1,00	1,00	2,00	1,00
95	2,00	2,00	3,00	3,00	3,00
96	1,00	1,00	3,00	2,00	2,00
97	2,00	1,00	1,00	2,00	1,00
98	1,00	1,00	2,00	2,00	2,00
99	1,00	4,00	1,00	1,00	1,00
100	1,00	2,00	3,00	3,00	3,00

## Lampiran 4: Uji Validitas

### 1. Variabel Penanganan Keluhan (30 Responden)

Correlations														
	PEN ANG ANA N KEL UHA N1	PEN ANG ANA N KEL UHA N2	PEN ANG ANA N KEL UHA N3	PEN ANG ANA N KEL UHA N4	PEN ANG ANA N KEL UHA N5	PEN ANG ANA N KEL UHA N6	PEN ANG ANA N KEL UHA N7	PEN ANG ANA N KEL UHA N8	PEN ANG ANA N KEL UHA N9	PEN ANG ANA N KEL UHA N10	PEN ANG ANA N KEL UHA N11	PEN ANG ANA N KEL UHA N12	penang anan_k eluhan	
PENAN GANA N KELUH AN1	Pe ars on Co rrel ati on	1	,680 <sup>*</sup>	,670 <sup>*</sup>	,170	,317	,185	,361 <sup>*</sup>	,060	,670 <sup>*</sup>	,352	,680 <sup>*</sup>	,185	,649 <sup>**</sup>
	Sig . (2- tail ed)		,000	,000	,369	,088	,327	,050	,754	,000	,056	,000	,327	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PENAN GANA N KELUH AN2	Pe ars on Co rrel ati on	,680 <sup>*</sup>	1	,561 <sup>*</sup>	,280	,387 <sup>*</sup>	,220	,208	,165	,561 <sup>*</sup>	,197	1,00 0 <sup>*</sup>	,220	,553 <sup>**</sup>

		PEN ANG ANA N KEL UHA N1	PEN ANG ANA N KEL UHA N2	PEN ANG ANA N KEL UHA N3	PEN ANG ANA N KEL UHA N4	PEN ANG ANA N KEL UHA N5	PEN ANG ANA N KEL UHA N6	PEN ANG ANA N KEL UHA N7	PEN ANG ANA N KEL UHA N8	PEN ANG ANA N KEL UHA N9	PEN ANG ANA N KEL UHA N10	PEN ANG ANA N KEL UHA N11	PEN ANG ANA N KEL UHA N12	penang anan_k eluhan
	Sig (2- tail ed)	,000		,001	,134	,035	,243	,270	,385	,001	,298	,000	,243	,002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PENAN GANA N KELUH AN3	Pe ars on Co rrel ati on	,670 <sup>*</sup>	,561 <sup>*</sup>	1	,456 <sup>*</sup>	,346 <sup>*</sup>	,501 <sup>*</sup>	,341 <sup>*</sup>	,032 <sup>*</sup>	1,00 0 <sup>**</sup>	,362 <sup>*</sup>	,561 <sup>*</sup>	,501 <sup>*</sup>	,710 <sup>**</sup>
	Sig (2- tail ed)	,000	,001		,011	,061	,005	,065	,867	,000	,049	,001	,005	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PENAN GANA N KELUH AN4	Pe ars on Co rrel ati on	,170	,280	,456 <sup>*</sup>	1	,394 <sup>*</sup>	,562 <sup>*</sup>	,392 <sup>*</sup>	,414 <sup>*</sup>	,456 <sup>*</sup>	,360	,280	,562 <sup>*</sup>	,613 <sup>**</sup>
	Sig (2- tail ed)	,369	,134	,011		,031	,001	,032	,023	,011	,051	,134	,001	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PENAN GANA N KELUH AN5	Pe ars on Co rrel ati on	,317	,387 <sup>*</sup>	,346	,394 <sup>*</sup>	1	,435 <sup>*</sup>	,495 <sup>*</sup>	,407 <sup>*</sup>	,346	,510 <sup>*</sup>	,387 <sup>*</sup>	,435 <sup>*</sup>	,580 <sup>**</sup>
	Sig (2- tail ed)	,088	,035	,061	,031		,016	,005	,026	,061	,004	,035	,016	,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PENAN GANA N KELUH AN6	Pe ars on Co rrel ati on	,185	,220	,501 <sup>*</sup>	,562 <sup>*</sup>	,435 <sup>*</sup>	1	,547 <sup>*</sup>	,313	,501 <sup>*</sup>	,529 <sup>*</sup>	,220	1,00 0 <sup>**</sup>	,679 <sup>**</sup>
	Sig (2- tail ed)	,327	,243	,005	,001	,016		,002	,092	,005	,003	,243	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PENAN GANA N KELUH AN7	Pe ars on Co rrel ati on	,361 <sup>*</sup>	,208	,341	,392 <sup>*</sup>	,495 <sup>*</sup>	,547 <sup>*</sup>	1	,724 <sup>*</sup>	,341	,988 <sup>*</sup>	,208	,547 <sup>*</sup>	,732 <sup>**</sup>

		PEN ANG ANA N KEL UHA N1	PEN ANG ANA N KEL UHA N2	PEN ANG ANA N KEL UHA N3	PEN ANG ANA N KEL UHA N4	PEN ANG ANA N KEL UHA N5	PEN ANG ANA N KEL UHA N6	PEN ANG ANA N KEL UHA N7	PEN ANG ANA N KEL UHA N8	PEN ANG ANA N KEL UHA N9	PEN ANG ANA N KEL UHA N10	PEN ANG ANA N KEL UHA N11	PEN ANG ANA N KEL UHA N12	penang anan_k eluhan
	Sig (2- tail ed)	,050	,270	,065	,032	,005	,002		,000	,065	,000	,270	,002	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PENAN GANA N KELUH AN8	Pe ars on Co rrel ati on	,060	,165	,032	,414	,407	,313	,724	1	,032	,728	,165	,313	,498
	Sig (2- tail ed)	,754	,385	,867	,023	,026	,092	,000	,867	,000	,385	,092	,005	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
PENAN GANA N KELUH AN9	Pe ars on Co rrel ati on	,670	,561	1,00 0	,456	,346	,501	,341	,032	1	,362	,561	,501	,710
	Sig (2- tail ed)	,000	,001	,000	,011	,061	,005	,065	,867	,049	,001	,005	,000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
PENAN GANA N KELUH AN10	Pe ars on Co rrel ati on	,352	,197	,362	,360	,510	,529	,988	,728	,362	1	,197	,529	,725
	Sig (2- tail ed)	,056	,298	,049	,051	,004	,003	,000	,000	,049	,298	,003	,000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
PENAN GANA N KELUH AN11	Pe ars on Co rrel ati on	,680	1,00 0	,561	,280	,387	,220	,208	,165	,561	,197	1	,220	,553
	Sig (2- tail ed)	,000	,000	,001	,134	,035	,243	,270	,385	,001	,298	,243	,002	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
PENAN GANA N KELUH AN12	Pe ars on Co rrel ati on	,185	,220	,501	,562	,435	1,00 0	,547	,313	,501	,529	,220	1	,679

		PEN AN AN N KEL UHA N1	PEN AN AN N KEL UHA N2	PEN AN AN N KEL UHA N3	PEN AN AN N KEL UHA N4	PEN AN AN N KEL UHA N5	PEN AN AN N KEL UHA N6	PEN AN AN N KEL UHA N7	PEN AN AN N KEL UHA N8	PEN AN AN N KEL UHA N9	PEN AN AN N KEL UHA N10	PEN AN AN N KEL UHA N11	PEN AN AN N KEL UHA N12	penangan_keluhan
	Sig. (2-tailed)	,327	,243	,005	,001	,016	,000	,002	,092	,005	,003	,243		,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
penangan_keluhan	Pearson Correlation	,649	,553	,710	,613	,580	,679	,732	,498	,710	,725	,553	,679	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,002	,000	,000	,001	,000	,000	,005	,000	,000	,002	,000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
<p>** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).</p> <p>* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).</p>														

## 2. Variabel Kepuasan Nasabah (30 Responden)

		Correlations						
		KEPUASAN NASABAH1	KEPUASAN NASABAH2	KEPUASAN NASABAH3	KEPUASAN NASABAH4	KEPUASAN NASABAH5	KEPUASAN NASABAH6	kepuasan_nasabah
KEPUASAN NASABAH1	Pearson Correlation	1	,343	,408	,356	,302	,216	,639**
	Sig. (2-tailed)		,064	,025	,054	,104	,252	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
KEPUASAN NASABAH2	Pearson Correlation	,343	1	,301	,152	,210	,364	,571**
	Sig. (2-tailed)	,064	,106	,424	,266	,048		,001
	N	30	30	30	30	30	30	30
KEPUASAN NASABAH3	Pearson Correlation	,408	,301	1	,343	,555**	,326	,735**
	Sig. (2-tailed)	,025	,106		,063	,001	,079	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
KEPUASAN NASABAH4	Pearson Correlation	,356	,152	,343	1	,482**	,362	,686**
	Sig. (2-tailed)	,054	,424	,063		,007	,049	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
KEPUASAN NASABAH5	Pearson Correlation	,302	,210	,555**	,482**	1	,295	,723**









KEPUASAN NASABAH	Pearson Correlation	,085	,291**	,549**	1	,630**	,280**	,727**
	Sig. (2-tailed)	,401	,003	,000		,000	,005	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
KEPUASAN NASABAH	Pearson Correlation	,132	,258**	,420**	,630**	1	,484**	,745**
	Sig. (2-tailed)	,190	,009	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
KEPUASAN NASABAH	Pearson Correlation	,057	,104	,108	,280**	,484**	1	,539**
	Sig. (2-tailed)	,574	,304	,286	,005	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
KEPUASAN_NASABAH	Pearson Correlation	,516**	,690**	,739**	,727**	,745**	,539**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

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

## Lampiran 5 :

### A. UJI REABILITAS

#### 1. Variabel Penanganan Keluhan (30 Responden)

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,899	12

#### 2. Variabel kepuasan nasabah (30 Responden)

##### 4. Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,752	6

### 3. Variabel penanganan keluhan (100 Responden)

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,743	12

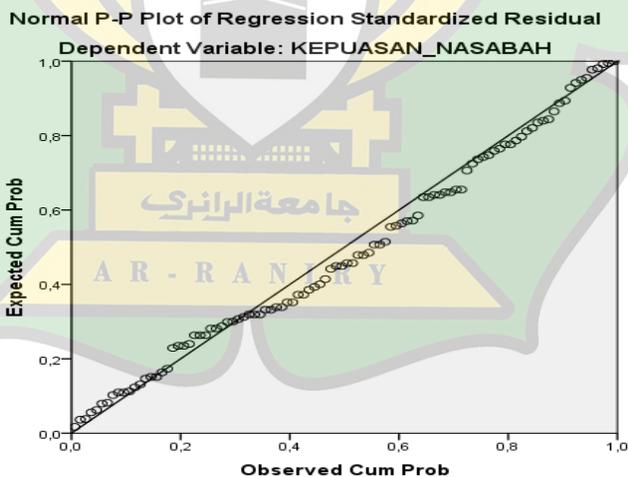
### 4. Variabel Kepuasan Nasabah (100 Responden)

#### Reliability Statistics

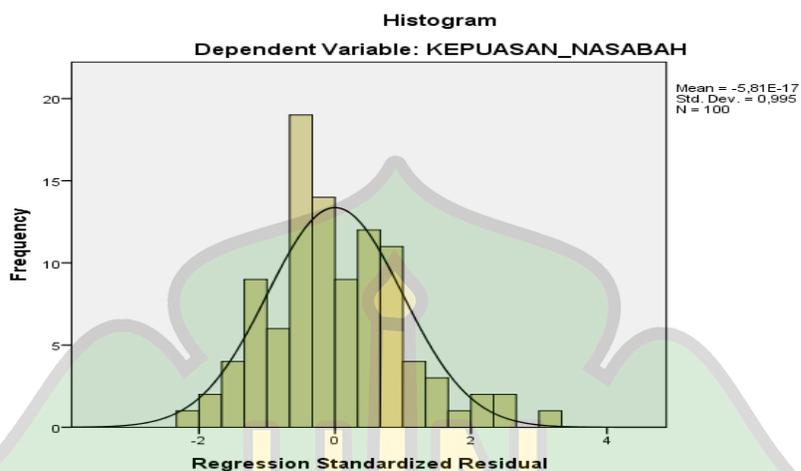
Cronbach's Alpha	N of Items
,739	6

## Lampiran 6 : Uji Asumsi Klasik

### 1. Grafik Normal P Plot



## 2. Grafik Normal P Plot (Histogram)



## 3. Uji Heterokedastisitas

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,770	1,134		1,561	,122
PENANGANAN_KELUHAN	,051	,044	,117	1,166	,247

a. Dependent Variable: RES\_2

## LAMPIRAN 7 :

### 1. Uji Regresi Sederhana

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	9,121	1,835		4,972	,000
PENANGANAN_KELUHAN	,215	,071	,294	3,047	,003

a. Dependent Variable: KEPUASAN\_NASABAH

### Lampiran 8 : Jawaban Responden

#### Jenis Kelamin

##### JENIS KELAMIN

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Pria	57	57,0	57,0	57,0
Wanita	43	43,0	43,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

جامعة الرانيري

AR - RANIRY

**Umur****UMUR**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 21-30tahun	16	16,0	16,0	16,0
31-40 tahun	36	36,0	36,0	52,0
41-50 tahun	29	29,0	29,0	81,0
51-60 tahun	9	9,0	9,0	90,0
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
> 60 tahun	10	10,0	10,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

**Pekerjaan****PEKERJAAN**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Wira Swasta	17	17,0	17,0	17,0
Pegawai Negeri	43	43,0	43,0	60,0
Pegawai Swasta	17	17,0	17,0	77,0
Ibu rumah tangga	9	9,0	9,0	86,0
Pensiunan	9	9,0	9,0	95,0
Lainnya	5	5,0	5,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

AR - RANIRY

**Gaji****GAJI**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Kurang dari Rp 1.000.000.00	11	11,0	11,0	11,0
Rp 1.000.000.00 – Rp 2.000.000.00	22	22,0	22,0	33,0
Rp 2.000.000.00 – Rp 3.500.000.00	34	34,0	34,0	67,0
Rp 3.500.000.00 – Rp 5.000.000.00	27	27,0	27,0	94,0
> Rp 5.000.000.00	6	6,0	6,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

**Masa****MASA**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Kurang dari 1 tahun	9	9,0	9,0	9,0
1-3 tahun	15	15,0	15,0	24,0
Lebih dari 3 tahun	76	76,0	76,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

## RIWAYAT HIDUP

Nama Lengkap : Nisa Raudhatul Jannah  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Tempat/Tanggal Lahir: Lamlung/24 Maret 1995  
Status : Belum Kawin  
Warga Negara : Indonesia  
Agama : Islam  
Alamat : Indrapuri, Aceh Besar  
Nomor Telepon : 085222964151  
Email : nisaraudhatuljannah95@gmail.com

### Nama Orang Tua/Wali

Ayah : Anifuddin  
Pekerjaan : PNS (Sekretaris Desa)  
Ibu : Zuwaida  
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga

### Riwayat Pendidikan

2014 : UIN Ar-Raniry Banda Aceh Fakultas  
Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi  
Perbankan Syariah  
2011 : SMA Negeri 1 Indrapuri  
2008 : SMP Negeri 1 Indrapuri  
2002 : SD Negeri Mureu

A R - R A N I R Y

Banda Aceh, 24 Maret 2019  
Penulis,

Nisa Raudhatul Jannah