

**SKRIPSI**

**PENGARUH FASILITAS DAN KOMUNIKASI  
INTERPERSONAL TERHADAP KEPUASAN NASABAH  
BANK ACEH KCP UIN AR-RANIRY  
(Studi Pada Mahasiswa KIP Kuliah UIN Ar-Raniry)**



**Disusun Oleh:**

**ADAM AKBAR  
NIM. 180603220**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY  
BANDA ACEH  
1444 H/2022 M**

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Adam Akbar

NIM : 180603220

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 Banda Aceh.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 21 Desember 2022

Yang menyatakan,

  
Adam Akbar

# 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 Ekonomi Syariah  
Dengan Judul:

**Pengaruh Fasilitas Dan Komunikasi Interpersonal Terhadap  
Kepuasan Nasabah Bank Aceh KCP UIN Ar-Raniry (Studi Pada  
Mahasiswa KIP Kuliah UIN Ar-Raniry Banda Aceh)**

Disusun Oleh:

Adam Akbar  
NIM. 180603220

Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya  
telah memenuhi syarat penyelesaian studi pada Program Studi Perbankan  
Syariah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Azharsyah, S.E., Ak., M.S.O.M.  
NIP.197811122005011003

Evy Iskandar, S.E., M.Si., Ak. CA. CPA  
NIDN. 2024026901

Mengetahui,  
Ketua Program Studi Perbankan Syariah

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

## LEMBAR PENGESAHAN SIDANG HASIL

Adam Akbar  
NIM. 180603220

### **PENGARUH FASILITAS DAN KOMUNIKASI INTERPERSONAL TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK ACEH KCP UIN AR-RANIRY (Studi Pada Mahasiswa KIP Kuliah UIN Ar-Raniry)**

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

Pada Hari/Tanggal: Rabu, 21 Desember 2022  
27 Jumadil Awal 1444 H

Banda Aceh  
Dewan Penguji Sidang Skripsi,

Ketua

Sekretaris

Dr. Azharsyah, S.E., Ak., M.S.O.M.  
NIP. 197811122005011003

Evy Iskandar, S.E., M.Si., Ak.CA.CPA  
NIDN. 2024026901

Penguji I

Penguji II

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

Windy Dian Safitri, S.Si., M.Si.  
NIDN. 2024059004

Mengetahui

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

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



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

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

**Web: [www.library.ar-raniry.ac.id](http://www.library.ar-raniry.ac.id) Email: [library@ar-raniry.ac.id](mailto:library@ar-raniry.ac.id)**

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

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Adam Akbar  
NIM : 180603220  
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah  
E-mail : adam99akbar@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

**PENGARUH FASILITAS DAN KOMUNIKASI INTERPERSONAL  
TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK ACEH KCP UIN AR-  
RANIRY (Studi Pada Mahasiswa KIP Kuliah UIN Ar-Raniry)**

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

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

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

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh

Pada tanggal : 21 Desember 2022

Mengetahui,

Penulis,

Adam Akbar  
NIM. 180603220

Pembimbing I

Dr. Azharyah/S.E.,Ak.,M.S.O.M.  
NIP.197811122005011003

Pembimbing II

Evy Iskandar,S.E./M.Si.,Ak.CA.CPA  
NIDN. 2024026901

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillahirabbil'alamin puji beserta syukur selalu tercurahkan kepada Ilahi Rabbi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Fasilitas dan Komunikasi Interpersonal Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Aceh KCP UIN Ar-Raniry Studi Pada Mahasiswa KIP Kuliah UIN Ar-Raniry Banda Aceh”**. Dzat yang hanya kepada-Nya memohon pertolongan. Alhamdulillah atas segala pertolongan, rahmat dan hidayah-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Shalawat beserta salam selalu tercurahkan kepada Rasulullah SAW yang senantiasa menjadi sumber inspirasi dan teladan terbaik untuk umat manusia. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Adapun peneliti menyadari bahwa dalam proses penulisan skripsi ini banyak mengalami kendala dan kesilapan. Namun berkat bantuan, bimbingan dan berkah pertolongan dari Allah SWT peneliti mampu menghadapi kendala tersebut. Maka dari itu dengan segala kerendahan hati, peneliti menyampaikan ucapan terimakasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Dr. Hafas Furqani, M.Ec selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.
2. Dr. Nevi Hasnita, S.Ag.,M.Ag selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah dan Inayatillah, MA., Ek selaku Sekretaris Program Studi Perbankan Syariah serta Mukhlis, S.HI, S.E. M.H.
3. Hafizh Maulana, S.P.,S.HI.,M.E selaku Ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah membantu banyak dalam penulisan skripsi ini.
4. Dr. Azharsyah, S.E.,Ak.,M.S.O.M selaku Pembimbing I dan Evy Iskandar, S.E.,M.Si.,Ak.,CA.CPA selaku Pembimbing II yang telah memberikan kemudahan, bantuan serta dukungan sehingga terselesainya skripsi ini.
5. Akmal Riza, S.E., M.Si sebagai Penasehat Akademik serta Seluruh Dosen dan Staff Pengajar Program Studi Perbankan Syariah yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat kepada peneliti.
6. Teristimewa dan tak terhingga peneliti ucapkan ribuan terima kasih kepada Ayahanda tercinta Sofyan dan Ibunda tercinta Masitah yang selalu mendoakan, menyayangi dan terus memberikan dukungan spiritual dan materil tanpa henti buat saya dalam menyusun dan dapat menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih yang tak terhingga kepada kakek dan nenek yang telah memberikan semangat dan doa yang tiada henti. Kemudian Abang dan adik-adik saya yang telah

memberikan banyak dukungan dan semangat. Mohon maaf tidak bisa disebutkan satu persatu.

7. Seluruh teman-teman terbaik seperti Hamdan, Farid, Akmal, Hafizh, Doli, Sauri, Bg Wawan, Willy, Khanavi, Obe, Ainun dan Nesya. yang telah memberikan motivasi serta dukungan dalam penyusunan skripsi ini. Teman-teman seperjuangan Program Studi Perbankan Syariah yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Serta Keluarga besar KKM yang telah memberikan bantuan, dukungan serta arahan kepada peneliti dalam menyelesaikan program studi perbankan syariah.

Peneliti menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini banyak terdapat kesalahan dan kekurangan. Untuk itu peneliti meminta maaf yang sedalam-dalamnya atas kesalahan yang peneliti lakukan. Peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca. Kesalahan datangnya dari diri peneliti dan yang benar datangnya dari Allah SWT. Semoga Allah senantiasa meridhoi dan memberikan Rahmat kepada kita semua.

Banda Aceh, 14 Desember 2022

Penulis,



Adam Akbar

## 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	Ṣ	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	Ḥ	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Ẓ	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H
13	ش	Sy	28	ء	’
14	ص	Ṣ	29	ي	Y
15	ض	Ḍ			

## 2. Vokal

Vokal Bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monofong 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:

*kaifa* : كيف

*hauला* : هول

### 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 / اِ	<i>Kasrah</i> dan <i>ya</i>	Ī
اُ / اِ	<i>Dammah</i> dan <i>wau</i>	Ū

Contoh:

*qāla* : قَالَ

*ramā* : رَمَى

*qīla* : قِيلَ

*Yaqūlu* : يَقُولُونَ

### 4. Ta Marbutah (ة)

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua yaitu:

- Ta *marbutah* (ة) hidup  
Ta *marbutah* (ة) yang 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.
- Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta *marbutah* (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta *marbutah* (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

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

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

*al-Madīnatul Munawwarah*

*Ṭalḥah* : طَلْحَة

### 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.

## ABSTRAK

Nama : Adam Akbar  
NIM : 180603220  
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah  
Judul : Pengaruh Fasilitas dan Komunikasi Interpersonal Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Aceh KCP UIN Ar-Raniry (Studi Pada Mahasiswa KIP Kuliah UIN Ar-Raniry Banda Aceh)  
Pembimbing I : Dr. Azharsyah, S.E.,Ak.,M.S.O.M  
Pembimbing II : Evy Iskandar, S.E.,M.Si.,Ak.,CA.CPA

Kepuasan nasabah salah satu hal yang sangat diperhatikan oleh Bank karena berdampak pada kinerja penjualan dan hal ini juga berlaku bagi Bank Aceh. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh fasilitas dan komunikasi interpersonal terhadap kepuasan nasabah Bank Aceh KCP UIN Ar-Raniry (studi pada Mahasiswa KIP Kuliah UIN Ar-Raniry Banda Aceh). Jenis Penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian adalah Mahasiswa KIP Kuliah UIN Ar-Raniry. Penelitian ini menggunakan data primer yang dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dengan membagikan kepada 228 responden. Analisis data menggunakan regresi linear berganda dengan pengujian hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel fasilitas dan komunikasi interpersonal berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan mahasiswa KIP Kuliah UIN Ar-Raniry selaku nasabah Bank Aceh yang diuji baik secara parsial maupun simultan.

**Kata Kunci** : *Fasilitas, Komunikasi, Interpersonal, Kepuasan.*

## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI .....</b>	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SIDANG HASIL .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vii</b>
<b>TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN .....</b>	<b>x</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xx</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Hasil Penelitian .....	7
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	7
1.4.2 Manfaat Praktis .....	8
1.5 Sistematika Pembahasan.....	9
<b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>	<b>11</b>
2.1 Perbankan Syariah .....	11
2.1.1 Definisi Bank Syariah .....	11
2.1.2 Sejarah Bank Syariah di Indonesia.....	11
2.1.3 Prinsip Bank Syariah.....	14
2.1.4 Fungsi Bank Syariah .....	15
2.1.5 Produk Bank Syariah.....	16
2.2 Kepuasan Nasabah.....	17
2.2.1 Definisi Kepuasan Nasabah .....	17
2.2.2 Manfaat Kepuasan Nasabah.....	19
2.2.3 Sebab-Sebab Terjadinya Ketidakpuasan Nasabah ....	20
2.2.4 Indikator Kepuasan Nasabah.....	20
2.2.5 Kepuasan Dalam Perspektif Islam .....	22
2.3 Fasilitas.....	24
2.3.1 Definisi Fasilitas.....	24

2.3.2 Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Signifikan Terhadap Fasilitas .....	25
2.3.3 Indikator Fasilitas .....	27
2.4 Komunikasi Interpersonal.....	28
2.4.1 Definisi Komunikasi Interpersonal .....	28
2.4.2 Komunikasi Verbal Dan Non-Verbal.....	29
2.4.3 Komponen Komunikasi Interpersonal .....	31
2.4.4 Komunikasi Interpersonal Dalam Perspektif Islam ..	33
2.4.5 Indikator Komunikasi Interpersonal.....	39
2.5 Penelitian Terdahulu.....	40
2.6 Pengaruh Antar Variabel .....	48
2.6.1 Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah.....	48
2.6.2 Pengaruh Komunikasi Interpersonal Terhadap Kepuasan Nasabah .....	49
2.7 Kerangka Pemikiran .....	50
2.8 Hipotesis Penelitian .....	51
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>53</b>
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian .....	53
3.2 Populasi dan Sampel.....	54
3.2.1 Populasi .....	54
3.2.2 Sampel.....	54
3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	57
3.3.1 Sumber Data.....	57
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data .....	58
3.4 Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	59
3.5 Skala Pengukuran .....	61
3.6 Uji Instrumen Penelitian.....	62
3.7 Uji Asumsi Klasik .....	64
3.8 Analisis Regresi Linear Berganda .....	66
3.9 Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	66
3.10 Pengujian Hipotesis .....	67
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>69</b>
4.1 Gambaran Umum Profil Penelitian .....	69
4.1.1 Profil PT. Bank Aceh Syariah KCP UIN Ar-Raniry.	69
4.1.2 Visi dan Misi .....	70
4.1.3 Produk dan Layanan.....	71

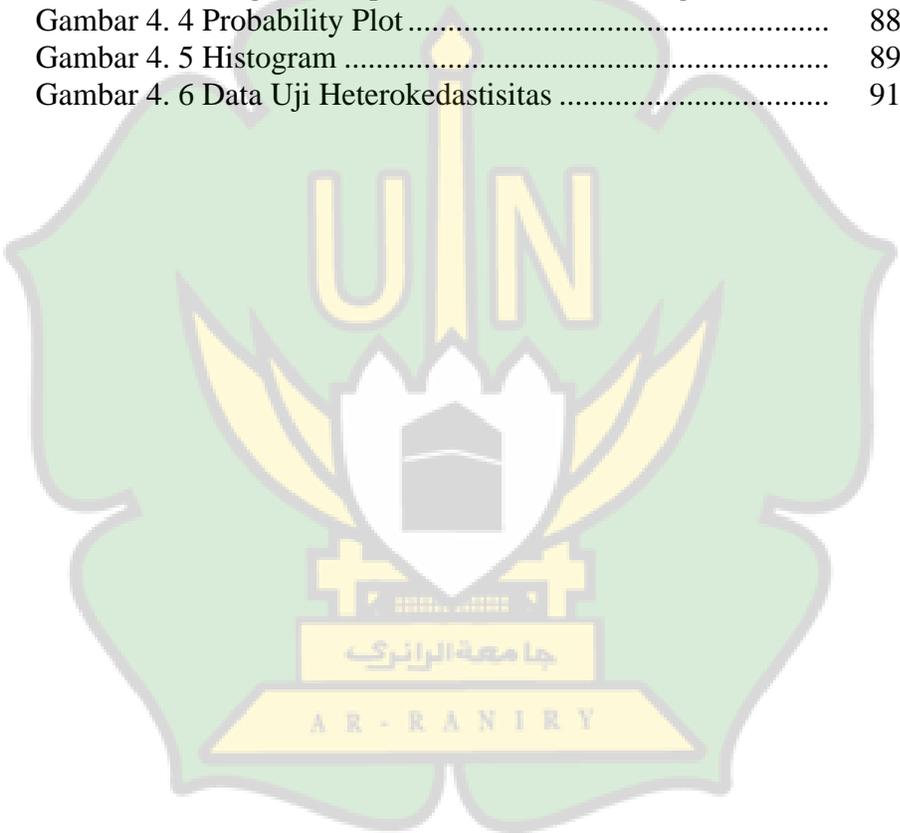
4.2 Karakteristik Responden.....	75
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	75
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas.....	76
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan.....	78
4.3 Hasil Uji Instrumen Penelitian .....	85
4.3.1 Hasil Uji Validitas .....	85
4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas .....	87
4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik .....	88
4.4.1 Hasil Uji Normalitas.....	88
4.4.2 Hasil Uji Heterokedastisitas .....	90
4.4.3 Hasil Uji Multikolinieritas .....	92
4.5 Hasil Analisis Regresi Berganda .....	93
4.6 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	95
4.7 Hasil Uji Hipotesis.....	96
4.7.1 Hasil Uji Parsial (t).....	96
4.7.2 Hasil Uji Simultan (F).....	97
4.8 Pembahasan Hasil Penelitian.....	99
4.8.1 Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Aceh KCP UIN Ar-Raniry Studi Pada Mahasiswa KIP Kuliah UIN Ar-Raniry Banda Aceh	99
4.8.2 Pengaruh Komunikasi Interpersonal Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Aceh KCP UIN Ar-Raniry Studi Pada Mahasiswa KIP Kuliah UIN Ar-Raniry Banda Aceh.....	101
4.8.3 Pengaruh Fasilitas dan Komunikasi Interpersonal Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Aceh KCP UIN Ar-Raniry Studi Pada Mahasiswa KIP Kuliah UIN Ar-Raniry Banda Aceh.....	102
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>105</b>
5.1 Kesimpulan.....	105
5.2 Saran .....	106
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>108</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>113</b>
<b>BIODATA.....</b>	<b>134</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Perbedaan Komunikasi Verbal dan Non-Verbal .....	30
Tabel 2. 2 Aspek Komunikasi Islami .....	36
Tabel 2. 3 Penelitian Terdahulu.....	46
Tabel 3. 1 Operasional Variabel .....	59
Tabel 3. 2 Tabel Pengukuran Skala Likert .....	62
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	75
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas .....	76
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan.....	78
Tabel 4. 4 Tanggapan Responden Tentang Fasilitas Bank Aceh KCP UIN Ar-Raniry .....	80
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden Tentang Komunikasi Interpersonal Bank Aceh KCP UIN Ar-Raniry .....	82
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden Tentang Kepuasan Nasabah Bank Aceh KCP UIN Ar-Raniry .....	84
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas .....	86
Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas .....	87
Tabel 4. 9 Hasil Uji One Sample Kolmogrov-Smirnov Test ....	90
Tabel 4. 10 Hasil Pengujian Glejser .....	92
Tabel 4. 11 Uji Multikolinieritas .....	93
Tabel 4. 12 Hasil Regresi Linear Berganda.....	94
Tabel 4. 13 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	95
Tabel 4. 14 Hasil Uji Parsial (t).....	96
Tabel 4. 15 Hasil Uji Simultan (F) .....	98

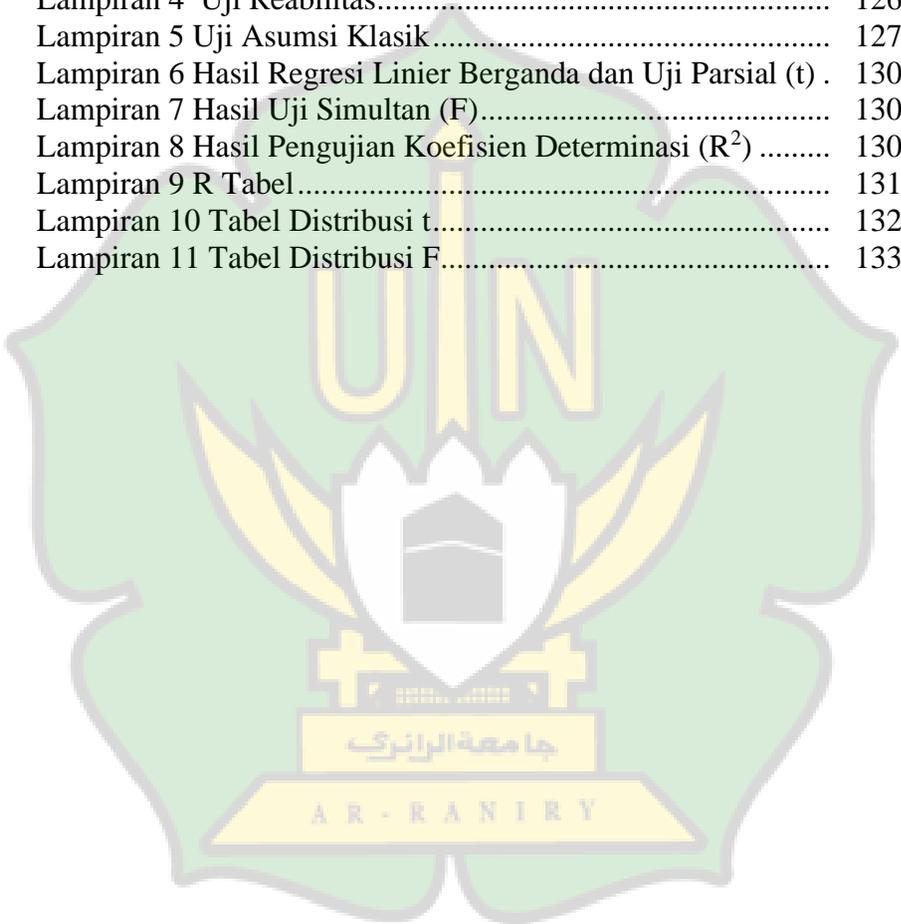
## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Komunikasi Interpersonal Islami .....	38
Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran .....	51
Gambar 4. 1 Diagram Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.	76
Gambar 4. 2 Diagram Responden Berdasarkan Fakultas .....	78
Gambar 4. 3 Diagram Responden Berdasarkan Angkatan .....	79
Gambar 4. 4 Probability Plot .....	88
Gambar 4. 5 Histogram .....	89
Gambar 4. 6 Data Uji Heterokedastisitas .....	91



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian .....	113
Lampiran 2 Tabulasi Jawaban Responden .....	117
Lampiran 3 Uji Validitas .....	125
Lampiran 4 Uji Reabilitas.....	126
Lampiran 5 Uji Asumsi Klasik.....	127
Lampiran 6 Hasil Regresi Linier Berganda dan Uji Parsial (t) .	130
Lampiran 7 Hasil Uji Simultan (F).....	130
Lampiran 8 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	130
Lampiran 9 R Tabel.....	131
Lampiran 10 Tabel Distribusi t.....	132
Lampiran 11 Tabel Distribusi F.....	133



# **BAB I PENDAHULUAN**

## **1.1 Latar Belakang Masalah**

Pada era globalisasi sekarang ini, industri jasa mempunyai peranan yang penting dalam perekonomian baik nasional maupun internasional. Dengan kegiatan ekonomi yang semakin berkembang menyebabkan persaingan di industri jasa semakin ketat dan kompetitif. Keberhasilan perusahaan jasa dalam bersaing salah satunya dilihat dari penawaran layanan terbaik dan terbaru yang menjadi peningkatan nilai perusahaan kepada pelanggan. Salah satu lembaga jasa yang secara nyata menawarkan pelayanan kepada pelanggan adalah lembaga keuangan yang selalu dituntut untuk memberikan pelayanan terhadap nasabah, dikarenakan kebutuhan nasabah yang semakin lama semakin bervariasi (Julius, 2016).

Dunia perbankan memiliki posisi yang sangat strategis dalam pertumbuhan ekonomi suatu negara. Salah satu faktor yang mempengaruhi pergerakan perekonomian adalah peran bank sebagai lembaga intermediasi. Bank adalah lembaga keuangan yang kegiatan utamanya adalah menghimpun dana dari masyarakat (*funding*) dan menyalurkan kembali dana tersebut ke masyarakat (*lending*) serta memberikan jasa bank lainnya (Kasmir, 2016:3). Dana yang dihimpun dari masyarakat dalam bentuk simpanan berupa tabungan, giro, sertifikat deposito, deposito berjangka, memberikan kredit atau dalam bentuk lainnya.

Saat ini dunia perbankan semakin berkembang, sejalan dengan amandemen Undang-undang terkait perbankan dan perubahan teknologi. Perusahaan perbankan banyak yang berupaya untuk meningkatkan keterampilan teknologi dalam perencanaan bank, riset dan informasi pasar, program pemasaran bank yang terpadu, hubungan masyarakat dan lain sebagainya (Muhtadi dkk, 2020). Upaya-upaya tersebut dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan nasabah.

Pada sisi nasabah juga mengalami perubahan atas kebutuhan produk/jasa bank dalam kualitas sistem layanan yang beranekaragam. Banyaknya perbankan yang ada membuat suatu strategi pemasaran perbankan berpusat pada nasabah. Strategi pemasaran yang berpusat pada nasabah, mengharuskan bank untuk memahami dan memenuhi baik perilaku nasabah untuk mencapai kebutuhan dan kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah sangat diperhatikan oleh perusahaan karena akan berdampak pada kinerja penjualan. Tjiptono (2014:353) menyatakan kepuasan nasabah seperti perasaan yang muncul menjadi penilaian terhadap pengalaman pemakaian produk atau jasa.

Kepuasan nasabah dapat berdampak pada persepsi dalam menilai produk atau jasa dari suatu Bank. Nasabah yang merasa diuntungkan akan puas dan loyal terhadap produk yang diinginkannya. Sebaliknya nasabah yang merasa tidak puas, tidak akan melakukan pemilihan produk bank tersebut, dan bahkan akan mengatakan hal-hal yang negatif tentang produk tersebut. Dalam

hal ini nasabah tersebut dikatakan nasabah yang tidak loyal atau tidak puas pada bank (Fawwaz, 2020).

Penjelasan diatas, memperlihatkan beberapa keadaan yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah. Banyak faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah agar dapat terus menjadi loyal terhadap bank atau produk dan jasanya. Beberapa diantaranya yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah adalah faktor ketersediaan fasilitas dan komunikasi interpersonal dari karyawan bank.

Dengan tingkat fasilitas yang ada sangat memudahkan nasabah dalam beraktifitas serta nyaman untuk menggunakan fasilitas yang ada (Srijani, 2017). Nasabah sangat kritis terhadap ketersediaan fasilitas yang terdapat di bank, baik dari tampilan gedung bank, area parkir, ruang tunggu, keamanan dan sebagainya. Selain fasilitas fisik tersebut, terdapat fasilitas penting lainnya yang mempermudah nasabah dalam bertransaksi seperti sarana transfer antar rekening, tarik tunai lewat ATM (Anjungan Tunai Mandiri), *mobile banking*, *sms banking*, *internet banking*, *computer banking* dan sebagainya (Sholichah, 2021). Bank dapat memberikan fasilitas yang terbaik agar nasabah merasa senang dan dapat terpenuhi kebutuhan sehingga berada pada kepuasannya.

Faktor lainnya yang juga dapat mempengaruhi kepuasan nasabah ialah komunikasi interpersonal. Interaksi antara karyawan dengan nasabah haruslah tercipta komunikasi yang baik, agar Bank dapat mempertahankan loyalitas nasabah. Dikarenakan terciptanya

suatu komunikasi dua arah yang saling terkoneksi menciptakan jalinan relasi yang dekat dan akan menguntungkan bagi Bank.

Menurut Engkoswara dan Aan (2015) komunikasi interpersonal disebut juga komunikasi tatap muka atau bermedia yang berlangsung secara dialog antara satu orang komunikator dengan satu atau dua orang komunikan. Komunikasi interpersonal menjadi salah satu hal penting yang harus diperhatikan oleh karyawan bank dalam hal ini seperti pihak *frontliner* yang secara langsung berhadapan dengan nasabah. Dengan memberikan komunikasi yang bagus dan baik tentunya membuat nasabah juga semakin nyaman.

Permasalahan kepuasan nasabah dapat dilihat dari beberapa tanggapan mahasiswa Kartu Indonesia Pintar Kuliah (KIPK) pada Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry terhadap fasilitas dan komunikasi interpersonal yang diberikan oleh Bank Aceh KCP UIN Ar-Raniry. Berdasarkan survey awal terhadap sepuluh orang mahasiswa KIP Kuliah selaku nasabah, didapat pendapat yang berbeda. Tujuh dari sepuluh orang merasa kurang puas terhadap fasilitas pada Bank Aceh KCP UIN Ar-Raniry dan empat dari sepuluh orang mengeluhkan tentang komunikasi interpersonal, Sedangkan sisanya merasa baik-baik saja.

Keluhan tentang fasilitas dikaitkan dengan waktu pembukaan buku rekening awal. Karena, harus antri lama bahkan berdiri karena kursi terbatas. Keluhan menyangkut fasilitas ATM juga sering ditemukan *error system* dan juga ATM kosong. Pada

masalah komunikasi interpersonal, nasabah kurang memperoleh informasi mengenai produk tabungan yang dipakai, seperti manfaat dan informasi lainnya.

Beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan pengaruh fasilitas terhadap kepuasan nasabah didapat hasil penelitian yang berbeda-beda. Penelitian Fatmawati (2015), Rikky (2020), dan Nissa (2019) menunjukkan hasil bahwa fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Dimana dengan menyediakan fasilitas yang baik, lengkap dan memudahkan nasabah dalam bertransaksi dapat menciptakan kepuasan bagi nasabah. Berbeda dengan hasil penelitian Oniansyah dkk (2019) yang menunjukkan hasil bahwa fasilitas tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Walaupun semakin tinggi dan berkualitasnya fasilitas belum tentu memiliki dampak terhadap kepuasan nasabah.

Penelitian lainnya menunjukkan hasil bahwa komunikasi interpersonal berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Seperti hasil pada penelitian Novita dkk (2016) dan Agustinus dkk (2021) yang menunjukkan hasil bahwa komunikasi interpersonal berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Dengan karyawan bank memberikan komunikasi yang baik dan membuat nasabah nyaman dapat menimbulkan kepuasan bagi nasabah.

Berdasarkan pemaparan permasalahan diatas, fasilitas dan komunikasi interpersonal pada Bank Aceh KCP UIN Ar-Raniry perlu diukur atau dikaji lebih dalam lagi sejauh mana pengaruh nya

terhadap kepuasan mahasiswa KIP Kuliah selaku nasabah. Seperti yang telah dipaparkan diatas diketahui bahwa terdapat beberapa keluhan terkait fasilitas dan komunikasi interpersonal. Namun, ada beberapa yang tidak mempermasalahkan keluhan tersebut. Dan dari beberapa penelitian terdahulu juga didapat hasil yang beragam atas pengaruh fasilitas dan komunikasi interpersonal terhadap kepuasan nasabah.

Maka dari itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai fasilitas dan komunikasi interpersonal terhadap kepuasan mahasiswa KIP kuliah UIN Ar-Raniry selaku nasabah pada Bank Aceh KCP UIN Ar-Raniry dengan judul **"Pengaruh Fasilitas dan Komunikasi Interpersonal Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Aceh KCP UIN Ar-Raniry (Studi pada Mahasiswa KIP Kuliah UIN Ar-Raniry)"**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka peneliti dapat merumuskan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan Mahasiswa KIP Kuliah UIN Ar-Raniry selaku Nasabah pada Bank Aceh KCP UIN Ar-Raniry?
2. Apakah komunikasi interpersonal berpengaruh terhadap kepuasan Mahasiswa KIP Kuliah UIN Ar-Raniry selaku Nasabah pada Bank Aceh KCP UIN Ar-Raniry?

3. Apakah fasilitas dan komunikasi interpersonal secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan Mahasiswa KIP Kuliah UIN Ar-Raniry selaku Nasabah pada Bank Aceh KCP UIN Ar-Raniry?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap kepuasan Mahasiswa KIP Kuliah UIN Ar-Raniry selaku Nasabah pada Bank Aceh KCP UIN Ar-Raniry
2. Untuk mengetahui pengaruh komunikasi interpersonal terhadap kepuasan Mahasiswa KIP Kuliah UIN Ar-Raniry selaku Nasabah pada Bank Aceh KCP UIN Ar-Raniry
3. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas dan komunikasi interpersonal secara bersama-sama terhadap kepuasan Mahasiswa KIP Kuliah UIN Ar-Raniry selaku Nasabah pada Bank Aceh KCP UIN Ar-Raniry

### **1.4 Manfaat Hasil Penelitian**

#### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

1. Penelitian ini diharapkan memberikan sumbangan pemikiran, pemecahan masalah sesuai dengan teori yang telah dipakai dibangku kuliah, menanmbah pengalaman, wawasan dan pengetahuan.

2. Dapat menjadi referensi, bahan rujukan, dan menginspirasi pihak lain dalam mengembangkan penelitian dengan isu yang sama

#### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti, Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi, wawasan dan pengetahuan bagi penelitian lanjutan atau penelitian berkelanjutan. Menambah pengalaman dan sarana latihan dalam memecahkan masalah yang ada dalam masyarakat sebelum terjun ke dunia kerja sesungguhnya. Dan penelitian ini juga sebagai pemenuhan salah satu syarat dalam menyelesaikan program Studi Strata-1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
2. Bagi Akademis, Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, pengetahuan dan memberi masukan kepada mahasiswa khususnya FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Dan juga hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi dan tambahan informasi untuk bahan rujukan atau bahan perbandingan terhadap penelitian terdahulu.
3. Bagi Perbankan, Hasil penelitian ini diharapkan dapat dipergunakan sebagai bahan referensi dan evaluasi dalam

meningkatkan peran lembaga keuangan yang ada dan juga dapat memberikan kontribusi kepada Bank Aceh KCP UIN Ar-Raniry sebagai bahan pertimbangan bank dalam mengembangkan fasilitas dan komunikasi interpersonal yang baik sehingga dapat mempengaruhi sebuah kepuasan nasabah pada bank.

### **1.5 Sistematika Pembahasan**

Dalam hal ini, peneliti menyajikan gambaran secara berurutan dan sistematis melalui rangkaian bab yang meliputi:

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

Pada bab ini, Memuat permasalahan penelitian hingga perumusan permasalahan, manfaat dan arah kajian.

#### **BAB II : LANDASAN TEORI**

Pada bab ini, memuat tentang teori yang relevan dengan penelitian, kemudian membahas tentang penelitian yang berkaitan dengan judul penelitian ini, selanjutnya berisi tentang model kerangka berpikir untuk menjelaskan hubungan antar variabel, kemudian berisi tentang pengembangan hipotesis yang bertujuan untuk merumuskan hipotesis dengan argumen yang dibangun dari teori atau logika dari penelitian sebelumnya yang relevan.

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan tentang jenis dan pendekatan penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, jenis dan sumber data, skala pengukuran definisi operasional variabel, instrumen penelitian, uji instrumen penelitian.

### **BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini, memuat berkaitan dengan output analisis dan penjelasan hasil penelitian.

### **BAB V : PENUTUP**

Pada bab ini, meliputi terkait kesimpulan dan saran seperti masukan yang ingin diberitahukan pada lembaga terkait.

## **BAB II LANDASAN TEORI**

### **2.1 Perbankan Syariah**

#### **2.1.1 Definisi Bank Syariah**

Bank syariah disebut juga *Islamic banking* atau *fee banking*, yaitu sistem perbankan yang dalam pelaksanaan operasionalnya tidak menggunakan sistem bunga (*riba*), spekulasi (*maysir*), dan ketidakjelasan atau ketidakpastian (*gharar*) (Wahid, 2021)

Menurut undang-undang perbankan nomor 10 tahun 1998 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 masyarakat secara keseluruhan.

#### **2.1.2 Sejarah Bank Syariah di Indonesia**

Deregulasi perbankan dimulai sejak tahun 1983. Bank Indonesia mengizinkan setiap bank untuk menetapkan suku bunga secara mandiri selama tahun itu. Pemerintah berharap dengan kebijakan deregulasi perbankan maka akan tercipta kondisi dunia perbankan yang lebih efisien dan kuat dalam menopang perekonomian. Pemerintah Indonesia berencana menerapkan ide perbankan syariah yang dikenal sebagai "sistem bagi hasil" untuk pinjaman pada tahun yang sama.

Pada tahun 1988, Pemerintah mengeluarkan Paket Kebijakan Deregulasi Perbankan 1988 (Pakto 88) untuk memberikan peluang terbaik bagi perbankan untuk membuka sebanyak mungkin lini usaha guna mendukung pembangunan. Meski pendirian bank konvensional yang lebih banyak, sejumlah perusahaan perbankan daerah dengan filosofi berbasis syariah juga banyak berdiri.

Inisiatif pendirian bank Islam Indonesia dimulai pada tahun 1980 melalui diskusi-diskusi bertemakan bank Islam sebagai pilar ekonomi Islam. Sebagai percobaan, konsep perbankan syariah digunakan dalam skala kecil di Jakarta (Koperasi Ridho Gusti) dan Bandung (Bait At-Tamwil Salman ITB).

Pada tahun 1990, MUI membuat kelompok kerja dengan tujuan pencetusan Bank Syariah di Indonesia. MUI membuat lokakarya atas bunga bank dan perbankan pada tanggal 18-20 Agustus 1990 di Cisarua, Bogor, Jawa Barat. Musyawarah Nasional IV MUI yang diadakan di Jakarta pada tanggal 22-25 Agustus 1990, mengesahkan pembuatan kelompok kerja dalam mendirikan Bank Syariah di Indonesia dan membahas temuan lokakarya tersebut secara mendalam. Kelompok kerja dimaksud disebut Tim Perbankan MUI dengan diberi tugas untuk melakukan pendekatan dan konsultasi dengan semua pihak yang terkait.

Sebagai hasil kerja Tim Perbankan MUI tersebut adalah berdirilah bank syariah pertama di Indonesia yaitu PT Bank Muamalat Indonesia (BMI), yang sesuai akte pendiriannya, berdiri

pada tanggal 1 Nopember 1991. Sejak tanggal 1 Mei 1992, BMI resmi beroperasi dengan modal awal sebesar Rp 106.126.382.000,-

Masa pertama keberadaannya, perbankan nasional kurang memperhatikan keberadaan bank syariah. Undang Undang Nomor 7 Tahun 1992 alinea satu hanya menyebutkan “bank dengan sistem bagi hasil”. Tidak dijelaskan mendetail tentang premis regulasi syariah atau jenis bisnis yang di ijinan.

Pada tahun 1998, pemerintah dan Dewan Perwakilan Rakyat melakukan penyempurnaan UU No.7/1992 tersebut menjadi UU No. 10 Tahun 1998, yang secara tegas menjelaskan bahwa terdapat dua sistem dalam perbankan di tanah air (dual banking system), yaitu sistem perbankan konvensional dan sistem perbankan syariah. Peluang ini disambut hangat masyarakat perbankan, yang ditandai dengan berdirinya beberapa Bank Islam lain, yakni Bank IFI, Bank Syariah Mandiri, Bank Niaga, Bank BTN, Bank Mega, Bank BRI, Bank Bukopin, BPD Jabar dan BPD Aceh dll.

Dalam dua dekade sejak sistem perbankan syariah Indonesia berdiri, sejumlah capaian telah dicapai dalam hal infrastruktur pendukung dan kelembagaan, perangkat regulasi dan mekanisme pengawasan, kesadaran masyarakat terhadap layanan keuangan syariah, dan edukasi.

Pada akhir tahun 2013, fungsi pengaturan dan pengawasan perbankan berpindah dari Bank Indonesia ke Otoritas Jasa Keuangan. Maka pengawasan dan pengaturan perbankan syariah

juga beralih ke OJK. OJK selaku otoritas sektor jasa keuangan terus menyempurnakan visi dan strategi kebijakan pengembangan sektor keuangan syariah yang telah tertuang dalam Roadmap Perbankan Syariah Indonesia 2015-2019 yang diluncurkan pada Pasar Rakyat Syariah 2014. Roadmap ini diharapkan menjadi panduan arah pengembangan yang berisi inisiatif-inisiatif strategis untuk mencapai sasaran pengembangan yang ditetapkan.

### **2.1.3 Prinsip Bank Syariah**

Berdasarkan Pasal 2 UU No. 2/2008, perbankan syariah dalam kegiatannya berasaskan pada prinsip syariah, demokrasi ekonomi dan prinsip kehati-hatian.

1. Prinsip Syariah, dimana kegiatan usahanya tidak mengandung unsur riba, maisir, gharar dan juga haram. Riba merupakan penambahan pendapatan secara tidak sah. Maisir merupakan transaksi yang dilakukan kepada suatu keadaan yang tidak pasti dan bersifat keuntungan. Garar merupakan transaksi yang objeknya tidak jelas, tidak memiliki, tidak diketahui keberadaannya, atau tidak dapat diserahkan pada saat transaksi dilakukan. Haram merupakan transaksi yang objeknya dilarang dalam agama. Zalim merupakan transaksi yang menimbulkan ketidakadilan bagi salah satu pihak.

2. Demokrasi ekonomi adalah praktik dalam Islam yang menerapkan prinsip keadilan, kerja sama, pemerataan, dan kemanfaatan.
3. Prinsip kehati-hatian merupakan pedoman pengelolaan bank yang wajib dianut oleh bank syariah untuk menciptakan perbankan yang sehat, kuat, efisien yang sesuai dengan ketenyauan perundang undangan

#### **2.1.4 Fungsi Bank Syariah**

Fungsi dan peran Bank Syariah yang diantaranya tercantum dalam pembukaan standar akuntansi yang dikeluarkan oleh AAOIFI (*Accounting And Auditing Organization For Islamic Financial Institution*), sebagai berikut:

1. Manajer investasi, Bank Syariah dapat mengelola investasi dana nasabah.
2. Investor, Bank Syariah dapat menginvestasikan dana yang dimilikinya maupun dana nasabah yang dipercayakan kepadanya.
3. Penyedia jasa keuangan dan lalu lintas pembayaran, bank syariah dapat melakukan kegiatan-kegiatan jasa-jasa layanan perbankan sebagaimana lazimnya.
4. Pelaksanaan kegiatan sosial, sebagai ciri yang melekat pada entitas keuangan syaria, Bank Islam juga memiliki kewajiban untuk mengeluarkan dan mengelola

(menghimpun, mengadministrasi, mendistribusikan) zakat serta dana sosial.

### **2.1.5 Produk Bank Syariah**

Pada dasarnya produk yang ditawarkan oleh perbankan syariah dapat dibagi menjadi dua bagian besar, yaitu:

1. Produk pengumpulan dana dari masyarakat (*Funding*)

Beberapa produk pengumpulan dana (*Funding*) pada bank syariah yaitu:

- a. Giro adalah Simpanan berdasarkan Akad wadi'ah atau Akad lain yang tidak bertentangan dengan Prinsip Syariah yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro, sarana perintah pembayaran lainnya, atau dengan perintah pemindahbukuan.
- b. Tabungan adalah Simpanan berdasarkan Akad wadi'ah atau Investasi dana berdasarkan Akad mudharabah atau Akad lain yang tidak bertentangan dengan Prinsip Syariah yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat dan ketentuan tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, dan/atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.
- c. Deposito adalah Investasi dana berdasarkan Akad mudharabah atau Akad lain yang tidak bertentangan dengan Prinsip Syariah yang penarikannya hanya dapat

dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan Akad antara Nasabah Penyimpan dan Bank Syariah dan/atau UUS.

2. Produk penyaluran dana kepada masyarakat (*Financing*) pada bank syariah yaitu:
  - a. Produk pembiayaan perbankan syariah berdasarkan prinsip jual beli
  - b. Produk pembiayaan perbankan syariah berdasarkan prinsip sewa-menyewa.
  - c. Produk pembiayaan perbankan syariah berdasarkan prinsip bagi hasil.
  - d. Produk pembiayaan perbankan syariah berdasarkan prinsip pinjam meminjam yang bersifat sosial.

## **2.2 Kepuasan Nasabah**

### **2.2.1 Definisi Kepuasan Nasabah**

Kepuasan (*Satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang diperoleh terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan maka nasabah tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan maka nasabah puas. Jika kinerja melebihi harapan maka nasabah amat puas atau senang (Kotler dan Keller, 2016:153). Menurut Lovelock dan Wirtz (2011:74) Kepuasan adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan.

Kepuasan nasabah adalah evaluasi setelah pembelian (purnabeli), di mana alternatif yang dipilih paling tidak memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan nasabah, sedangkan ketidakpuasan dapat timbul jika hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan nasabah (Tjiptono, 2014).

Peningkatan kepuasan nasabah berpotensi mengarah pada pertumbuhan penjualan jangka panjang dan jangka pendek, serta pangsa pasar sebagai hasil pembelian ulang. Sementara itu ketidakpuasan nasabah memunculkan sejumlah resiko, seperti *boikot* atau protes dari lembaga, intervensi pemerintah, reaksi pesaing dan maraknya produk substitusi baru ke pasar (Tjiptono, 2014: 146).

Jadi, bisa disimpulkan bahwa kepuasan nasabah adalah respon nasabah terhadap suatu pelayanan setelah membandingkan kinerja pelayanan yang telah diterima dengan harapan sebelum menerima pelayanan tersebut. Jika produk atau jasa yang diberikan oleh Bank sesuai dengan ekspektasi nasabah maka nasabah akan merasa puas. Sebaliknya, jika produk atau jasa yang diberikan oleh perusahaan tidak sesuai dengan ekspektasi nasabah maka nasabah akan merasa kecewa.

### 2.2.2 Manfaat Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah yang diberikan bank syariah dapat berdampak terhadap profitabilitas, karena kepuasan nasabah memiliki beberapa macam manfaat (Tjiptono, 2014:102) diantaranya:

1. Dapat membentuk hubungan yang harmonis antara nasabah dengan bank syariah
2. Dapat terciptanya loyalitas nasabah terhadap bank syariah
3. Apabila nasabah merasa puas, maka nasabah dengan sendirinya akan mempromosikan kepada orang lain agar menjadi nasabah pada bank syariah tersebut (*word of mouth*).
4. Dapat terjadinya pembelian ulang, pada bank syariah nasabah akan melakukan pembelian produk secara berulang, yang mana ini berarti pelayanan yang diberikan oleh bank syariah memuaskan sehingga nasabah membeli kembali produk yang ditawarkan.
5. Reputasi Bank menjadi baik di mata nasabah
6. Laba yang diperoleh dapat meningkat.

### **2.2.3 Sebab-Sebab Terjadinya Ketidakpuasan Nasabah**

Bank syariah telah mengupayakan menciptakan kepuasan bagi nasabah, tetapi masih ada nasabah yang tidak merasa puas.

Menurut Kasmir (2004:213) penyebab terjadinya ketidakpuasan nasabah adalah:

1. Hasil yang diharapkan dengan kenyataan yang didapatkan oleh nasabah tidak sesuai.
2. Pelayanan yang diberikan oleh bank tidak memuaskan.
3. Perilaku dari karyawan bank yang kurang bersikap ramah, sopan santun, dan baik sehingga mengecewakan nasabah.
4. Suasana, kondisi lingkungan atau penempatan peralatan fisik yang kurang rapi, kurangnya peralatan dan lain-lain.
5. Biaya administrasi yang terlalu tinggi daripada bank lain.
6. Promosi iklan terlalu banyak tetapi tidak sesuai dengan kenyataan yang diharapkan.

### **2.2.4 Indikator Kepuasan Nasabah**

Dalam Tjiptono (2014:368-369) pengukuran kepuasan nasabah memiliki lima indikator yaitu sebagai berikut:

1. Kepuasan nasabah keseluruhan (*Overall customer satisfaction*)

Dalam konsep ini, untuk mengukur kepuasan nasabah yaitu dengan bertanya langsung kepada nasabah seberapa puas mereka dengan pelayanan yang diberikan oleh bank.

Penilaiannya dapat mencakup tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan pada bank yang bersangkutan serta membandingkan dengan terhadap perusahaan pesaing.

2. Konfirmasi Harapan (*confirmation of expectation*)

Konfirmasi harapan bertujuan untuk mengidentifikasi apakah suatu pelayanan yang diberikan oleh bank syariah sudah sesuai dengan ekspektasi nasabah sebelum melakukan transaksi di bank syariah.

3. Niat beli ulang (*Repurchase intention*)

Pada konsep ini, caranya yaitu dengan bertanya kepada nasabah apakah akan membeli atau menggunakan jasa/pelayanan di bank syariah lagi dikemudian hari.

4. Kesiediaan untuk merekomendasi (*Willingness to Recommend*)

Salah satu tolak ukur kepuasan nasabah yaitu dengan melihat apakah nasabah merekomendasikan kepada teman-teman ataupun keluarganya agar menjadi nasabah pada bank syariah bersangkutan

5. Ketidakpuasan nasabah (*Customer dissatisfaction*)

Beberapa komponen yang menjadi tolak ukur untuk melihat ketidakpuasan nasabah antara lain adalah *complain*, *return* atau pengembalian produk, penilaian buruk atas bank syariah bersangkutan kepada pihak lain dan *defections* (nasabah yang memutuskan beralih ke bank lain.).

### **2.2.5 Kepuasan Dalam Perspektif Islam**

Bagi seorang muslim menjalankan usaha (bisnis) merupakan ibadah, sehingga usaha itu harus dimulai dengan niat yang suci (lillahi ta'ala), kemudian diikuti dengan cara yang benar, tujuan yang benar, serta pemanfaatan hasil usaha yang benar pula. Oleh sebab itu dalam memasarkan sebuah produk, seorang muslim wajib memiliki sikap jujur karena sikap jujur akan melahirkan kepercayaan nasabah atau pelanggan. Kepercayaan tersebut akan melahirkan kesetiaan nasabah atau pelanggan.

Kepuasan nasabah atau pelanggan merupakan evaluasi spesifik terhadap keseluruhan pelayanan yang diberikan pemberi jasa, sehingga kepuasan pelanggan hanya dapat di nilai berdasarkan pengalaman yang pernah di alami saat proses pemberian pelayanan. Menurut Kotler kepuasan merupakan perasaan senang ataupun kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya. Apabila kinerja lebih kecil dari harapan nasabah atau pelanggan akan merasakan tidak puas. Apabila kinerja sama denga harapan nasabah atau pelanggan akan merasa puas.

Dalam pandangan Islam yang menjadi tolak ukur dalam menilai kepuasan adalah sesuai dengan standar syariah. Kepuasan pelanggan/nasabah dalam pandangan syariah adalah tingkat perbandingan antara harapan terhadap produk atau jasa yang seharusnya sesuai syariah dengan kenyataan yang diterima. Sebagai pedoman untuk mengetahui tingkat kepuasan yang dirasakan oleh

nasabah, maka sebuah perusahaan barang maupun jasa harus melihat kinerja perusahaannya yang berkaitan dengan:

1. Sifat Jujur (Setia)

Sebuah perusahaan harus menanamkan sifat jujur kepada seluruh personal yang terlibat dalam perusahaan tersebut.

Hal ini berdasarkan pada sabda Nabi SAW, yang artinya:

*"Muslim itu adalah saudara muslim. Tidak boleh bagi seorang muslim, apabila ia berdagang dengan saudaranya dan menemukan cacat, kecuali diterangkannya."* (HR. Ahmad dan Thobrani)

2. Sifat Amanah

Artinya mengembalikan hak apa saja kepada pemiliknya, tidak mengambil sesuatu melebihi haknya dan tidak mengurangi hak orang lain, baik berupa harga ataupun yang lainnya. Dalam berdagang dikenal istilah menjual dengan amanah, artinya penjual menjelaskan ciri-ciri, kualitas dan harga barang dagangan kepada pembeli tanpa melebih-lebihkannya.

3. Benar (Lurus)

Salah satu karakter pedagang yang terpenting dan diridhoi Allah adalah kebenaran. Berdusta dalam berdagang sangat dikecam dalam islam, terlebih lagi jika disertai dengan sumpah palsu atas nama Allah. Dalam Hadits *Mutafaq'alaih* dari Hakim bin Hazm yang artinya:

*"Penjual dan pembeli bebas memilih selama belum putus transaksi, jika keduanya bersikap benar dan menjelaskan kekurangan barang yang diperdagangkan maka keduanya mendapatkan berkah dari jual belinya. Namun, jika keduanya saling menutupi aib barang dagangan itu dan berbohong maka jika mereka mendapatkan laba, hilanglah berkah jual beli itu."*

## **2.3 Fasilitas**

### **2.3.1 Definisi Fasilitas**

Menurut Kotler dalam (Apriyadi, 2017:45) Fasilitas adalah segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik yang disediakan oleh pihak penyedia jasa agar dapat dinikmati atau digunakan oleh konsumen yang bertujuan memberikan kepuasan yang maksimal. Menurut Lupiyoadi (2008:148) fasilitas merupakan penampilan, kemampuan sarana prasana dan keadaan lingkungan sekitarnya dalam menunjukkan eksistensinya kepada eksternal yang meliputi fasilitas fisik (gedung) perlengkapan dan peralatan. Yang termasuk fasilitas dapat berupa alat, benda-benda, perlengkapan, uang dan ruang tempat kerja.

Fasilitas merupakan segala sesuatu yang dapat memudahkan dan melancarkan pelaksanaan suatu usaha. Fasilitas dapat pula berupa suatu yang dapat memudahkan konsumen dalam memperoleh kepuasan, jasa tidak bisa dilihat, tidak bisa dicium dan

tidak bisa dirasa maka aspek wujud fisik menjadi penting sebagai ukuran dari pelayanan (Palenewen, 2014:187).

Menurut Tjiptono (2014:317) Fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen. Fasilitas merupakan salah satu bagian penting dalam bisnis jasa, oleh karena itu fasilitas yang ada seperti kondisi fasilitas, desain interior dan eksterior juga kebersihan harus diperhatikan terutama yang berhubungan erat dengan apa yang nasabah rasakan secara langsung. Persepsi yang didapat dari interaksi nasabah dengan fasilitas jasa dapat mempengaruhi kualitas jasa tersebut di mata nasabah. Jasa yang dapat dilihat oleh nasabah berupa penampilan fasilitas fisik, peralatan, teknologi dan beragam materi komunikasi yang bagus, menarik dan terawat. Desain dan tata letak gedung bank syariah Islam yang modern dan tertata dengan baik mampu memberikan atau menunjukkan kualitas jasa yang dapat mempengaruhi nasabah.

Berdasarkan pengertian dari para ahli diatas, peneliti menyimpulkan bahwa fasilitas merupakan suatu bentuk fisik yang disediakan dari sebelum suatu jasa ditawarkan dalam upaya menciptakan kenyamanan kepada konsumen.

### **2.3.2 Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Signifikan Terhadap Fasilitas**

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi dalam fasilitas (Tjiptono, 2018:46) antara lain sebagai berikut:

1. Sifat dan tujuan organisasi

Sifat suatu jasa sering kali menentukan berbagai persyaratan desainnya, misalnya desain Bank perlu mempertimbangkan ventilasi yang memadai, ruang tunggu nasabah yang nyaman (dilengkapi TV, tersedia cukup tempat untuk banyak nasabah), dan lainnya.

2. Ketersediaan tanah

Sebuah perusahaan membutuhkan lokasi fisik untuk mendirikan fasilitas jasanya dengan mempertimbangkan beberapa aspek. Seperti kemampuan finansial, ketersediaan tanah, peraturan pemerintah yang berkaitan dengan kepemilikan tanah dan lain-lain.

3. Fleksibilitas

Fleksibilitas desain sangat dibutuhkan apabila volume permintaan sering berubah dan spesifikasi jasa cepat berkembang. Kondisi ini menyebabkan fasilitas jasa harus bisa disesuaikan dengan mudah dan memperhitungkan pada kemungkinan perkembangan dimasa yang akan datang.

4. Faktor estetis

Fasilitas jasa yang tertata dengan rapi, menarik dan estetis akan dapat meningkatkan sikap positif pelanggan terhadap suatu jasa.

5. Masyarakat dan lingkungan sekitar

Masyarakat terutama pemerhati masalah sosial, lingkungan hidup dan lingkungan disekitar fasilitas jasa memainkan

peranan penting dan berpengaruh besar terhadap perusahaan.

6. Biaya konstruksi dan operasi

Kedua jenis biaya ini berpengaruh terhadap desain fasilitas. Biaya konstruksi dipengaruhi oleh jumlah dan jenis bahan bangunan yang digunakan. Sedangkan biaya operasi dipengaruhi oleh kebutuhan energi ruangan, yang berkaitan dengan perubahan suhu.

### 2.3.3 Indikator Fasilitas

Adapun menurut Tjiptono (2011:184) terdapat 3 indikator dari fasilitas yaitu:

1. Pertimbangan/perencanaan spasial

Beberapa aspek seperti proporsi, simetri, tekstur, kenyamanan dll. Yang dipertimbangkan, dikombinasikan dan dikembangkan untuk memancing respon intelektual maupun emosional dari pengguna atau orang yang melihatnya.

2. Perencanaan ruangan

Unsur ini mencakup perancangan interior dan arsitektur, seperti penempatan perabotan dan perlengkapannya dalam ruangan, desain aliran sirkulasi dan lain-lain.

3. Perlengkapan atau perabotan

Perlengkapan atau perabotan memiliki beberapa fungsi, diantaranya sebagai sarana yang memberikan kenyamanan,

sebagai pajangan ataupun sebagai infrastruktur pendukung bagi pengguna jasa.

## **2.4 Komunikasi Interpersonal**

### **2.4.1 Definisi Komunikasi Interpersonal**

Menurut Engkoswara dan Aan (2015:202) Komunikasi Interpersonal disebut juga komunikasi antarpribadi (Interpersonal communication) yang berlangsung secara dialogis anantara satu orang komunikator dengan satu atau dua orang komunikan. Komunikasi antarpribadi didefinisikan sebagai pengiriman pesan di antara dua atau lebih individu. Efektivitas komunikasi antar pribadi terdapat pada hubungan antarpribadi yang terjalin atas tiga faktor yaitu saling percaya, sikap suportif, dan sikap terbuka. Menurut DeVito (2011:252) Komunikasi interpersonal adalah penyampaian pesan oleh satu orang dan penerimaan pesan oleh orang lain atau sekelompok kecil orang, dengan berbagai dampaknya dan dengan peluang untuk memberikan umpan balik segera.

Menurut Mulyana (2004:73) komunikasi interpersonal atau komunikasi antarpribadi adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka atau bermedia, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal maupun nonverbal. Komunikasi interpersonal atau disebut juga komunikasi antarpribadi adalah komunikasi yang dilakukan dua orang atau lebih dengan interaksi secara tatap muka

ataupun bermedia, dan biasanya feedbacknya langsung diketahui (Wood, 2013). Menurut sifatnya komunikasi interpersonal disebut juga komunikasi diadik, yaitu proses komunikasi yang berlangsung antara dua orang dalam situasi tatap muka. Komunikasi diadik dapat dilakukan dalam tiga bentuk, yaitu percakapan, dialog dan wawancara (Cangara, 2014: 36).

Dapat disimpulkan bahwa komunikasi interpersonal adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka ataupun bermedia yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal maupun non verbal.

#### **2.4.2 Komunikasi Verbal Dan Non-Verbal**

Menurut DeVito (2013:5) komunikasi interpersonal meliputi interaksi baik secara verbal maupun non-verbal antara dua orang atau lebih, yang memiliki ketergantungan. Pesan verbal ialah pesan yang dikirim dengan kata-kata. Kata “Verbal” mengarah kepada kata-kata, tidak hanya dari mulut tetapi juga dari kata-kata tertulis (DeVito, 2013:107). Adapun komunikasi verbal menurut Nurudin (2016:120) adalah bentuk komunikasi yang disampaikan pengirim pesan atau sumber kepada penerima pesan atau komunikan yang menggunakan kata-kata baik secara lisan maupun secara tulisan.

Sementara komunikasi non-verbal menurut DeVito (2013:139) adalah suatu komunikasi tanpa adanya kata-kata. Lebih lanjut DeVito (2015:122) menjelaskan bahwa komunikasi non-

verbal terjadi disaat seseorang memberikan suatu isyarat, tersenyum atau mengerutkan dahi, membuka mata lebar-lebar, mendekatkan kursi ke orang lain, menggunakan perhiasan, menyentuh seseorang, menaikkan volume bicara, atau bahkan tidak berbicara apapun.

Prinsip dari komunikasi non-verbal adalah pesan non-verbal berinteraksi dengan pesan verbal, pesan non-verbal memberikan kesan, pesan non-verbal membantu membentuk relasi, pesan non-verbal membentuk percakapan, komunikasi non-verbal bisa mempengaruhi dan menjebak, dan pesan non-verbal penting untuk mengekspresikan emosi (DeVito, 2013: 139-143). DeVito juga menambahkan pada umumnya, sikap verbal dan non-verbal saling mendukung satu dengan yang lain (2013: 107). Adapun perbedaan antara komunikasi verbal dan non-verbal dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 2. 1**  
Perbedaan Komunikasi Verbal dan Non-Verbal

<b>Tipe Komunikasi</b>	<b>Vokal</b>	<b>Non Vokal</b>
Verbal	Bahasa lisan	Bahasa tulisan
Non-Verbal	a. Nada suara ( <i>tone of voice</i> ) b. Desah ( <i>sighs</i> ) c. Jeritan ( <i>screans</i> ) d. Kualitas vocal ( <i>vocal quality</i> )	a. Isyarat ( <i>gesture</i> ) b. Gerakan ( <i>movement</i> ) c. Penampilan ( <i>appearance</i> ) d. Ekspresi wajah ( <i>facial expression</i> )

Sumber: Ronald B. Adler, George Rodman, Understanding Human Communication, hal 96.

### 2.4.3 Komponen Komunikasi Interpersonal

Menurut Suranto A.W (2011:7) terdapat beberapa komponen yang ada dalam komunikasi interpersonal, antara lain:

1. Sumber/ komunikator

Dalam konteks komunikasi interpersonal komunikator adalah individu yang menciptakan, memformulasikan, dan menyampaikan pesan.

2. *Encoding*

Adalah suatu aktifitas internal pada komunikator dalam menciptakan pesan melalui pemilihan simbol-simbol verbal dan non verbal, yang disusun berdasarkan aturan-aturan tata bahasa, serta disesuaikan dengan karakteristik komunikan. Bisa dikatakan *encoding* adalah sebuah bentuk suara (lisan) maupun tulisan.

3. Pesan

Merupakan hasil encoding. Pesan adalah seperangkat simbol-simbol baik verbal maupun non-verbal, atau gabungan keduanya, yang mewakili keadaan komunikator untuk menyampaikan informasi kepada pihak lain. Dalam aktivitas komunikasi, pesan itulah yang disampaikan oleh komunikator untuk diterima dan diinterpretasi oleh komunikan.

4. Saluran

Merupakan saran fisik penyampaian pesan dari sumber ke penerima atau yang menghubungkan orang lain secara

umum. Dalam konteks komunikasi interpersonal, penggunaan saluran atau media semata-mata karena situasi dan kondisi tidak memungkinkan dilakukan komunikasi secara tatap muka.

5. Penerima/ komunikan

Komunikan adalah seseorang yang menerima, memahami, dan menginterpretasi pesan.

6. *Decoding*

*Decoding* adalah proses memberi tanggapan atau penafsiran dari si penerima pesan (komunikan) ketika mendapatkan pesan dari (komunikator). Atau bisa dikatakan proses komunikan dalam mendengar atau membaca sebuah pesan dari si komunikator.

7. Respon

hasil dari aktivitas decoding. Apa yang telah diputuskan oleh penerima untuk dijadikan sebagai sebuah tanggapan balik terhadap pesan yang telah diterimanya. Respon dapat bersifat positif, netral, maupun negatif.

8. Gangguan

Gangguan atau *noise* atau *barier* beraneka ragam, untuk itu harus didefinisikan dan dianalisis. *Noise* dapat terjadi di dalam komponen-komponen manapun dari sistem komunikasi. *Noise* merupakan apa saja yang mengganggu atau membuat kacau penyampaian dan penerimaan pesan, termasuk yang bersifat fisik dan psikis.

## 9. Konteks komunikasi

Komunikasi selalu terjadi dalam suatu konteks tertentu, paling tidak ada 3 dimensi yaitu, ruang, waktu dan nilai. Konteks ruang menunjuk pada lingkungan konkrit dan nyata tempat terjadinya komunikasi, seperti ruangan, halaman dan jalanan. Konteks waktu menunjuk pada waktu kapan komunikasi tersebut dilaksanakan, misalnya: pagi, siang, sore dan malam. Konteks nilai, meliputi nilai sosial dan budaya yang mempengaruhi suasana komunikasi, seperti: adat istiadat, situasi rumah, norma pergaulan, etika, tata krama, dan sebagainya.

### **2.4.4 Komunikasi Interpersonal Dalam Perspektif Islam**

Komunikasi dalam Islam merupakan proses menyampaikan pesan dengan menggunakan prinsip-prinsip Islam dalam pesan maupun metode penyampaiannya. Al-Qur'an menggunakan konsep-konsep seperti *balāgh*, *da'wah*, *basher*, *nadhár*, *tadhkirah*, dan *Mawi'zah* untuk mengkomunikasikan pesan Allah kepada manusia. Panduan pertama dan utama adalah Al-Qur'an, mengkomunikasikan prinsip-prinsip dasar Islam dan meletakkan dasar perilaku Islam. Panduan yang kedua adalah Sunnah atau perbuatan, ucapan, dan sifat Nabi SAW, menguraikan dan mengklarifikasi prinsip-prinsip ini dan menghubungkannya dalam kehidupan nyata manusia (Khalil, 2016). Walaupun Al-Quran secara spesifik tidak menjelaskan komunikasi secara khusus, tetapi

ada banyak ayat yang memberikan gambaran umum konsep komunikasi (Kusnadi, 2014). Beberapa kata dalam Al-Quran diasumsikan sebagai penjelasan dari bentuk pesan maupun metode komunikasi, yaitu:

- a. *Qaulan Sadidan*, yaitu berbicara yang benar karena menyampaikan pesan yang benar adalah syarat untuk mencapai kebenaran amal (Mubarok & Andjani, 2014). Hal ini sesuai dengan Firman Allah SWT dalam QS An-nisa, ayat 9. Ayat tersebut dapat dimaknai bahwa untuk menegakkan komunikasi yang benar membutuhkan kejujuran. Jujur adalah kesesuaian antara yang diucapkan dengan kejadian yang sebenarnya dan berkata yang benar ketika berhadapan dengan orang yang diharapkan (Mudjib, 2017). Komunikasi yang jujur adalah menyampaikan pesan dengan benar dan berdasarkan fakta dan data.
- b. *Qaulan Maysura*, yaitu perkataan yang sopan, tidak merendahkan martabat orang lain, tidak menghina, tidak merendahkan kemuliaan orang dan tidak mengungkit segala kebaikan yang pernah diberikan kepada orang lain (Mubarok & Andjani, 2014).
- c. *Qaulan Layyinan*, yaitu komunikasi dengan lemah lembut, persuasif, memahami lawan bicara dan mampu mengendalikan emosi (Hefni, 2017). Perkataan yang lembut mencerminkan kepribadian komunikator yang tenang dan

mampu mengatasi situasi komunikasi yang terkadang tidak sesuai dengan keinginannya.

- d. *Qaulan Kariman*, yaitu perkataan mulia, mengandung isi, pesan, cara serta tujuannya selalu baik, penuh hormat, mencerminkan akhlak terpuji dan mulia. Dalam hal ini komunikator memilih kata-kata yang mulia, sopan sehingga komunikan merasa bahagia, dihormati dan dimuliakan (Hefni, 2017).
- e. *Qaulan Ma'rufan*, yaitu berkata bijak, berisi ungkapan yang baik, ramah, tidak kasar, tidak menyinggung perasaan, tidak kotor dan tidak menstimulasi komunikan untuk berbuat jahat, berisi pembicaraan yang bermanfaat dan menimbulkan kebaikan (Hefni, 2017).
- f. *Qaulan Baligha*, yaitu perkataan yang jelas maknanya, terang, dan tepat mengungkapkan apa yang dikehendaki (Mubarok & Andjani, 2014). Baligha mengandung unsur utama, yaitu bahasanya tepat, sesuai dengan yang dikehendaki, dan isi perkataan adalah suatu kebenaran (Islami, 2013). Komunikasi akan efektif jika komunikator menggunakan kata-kata yang sederhana, tepat sasaran, komunikatif, mudah dimengerti, langsung ke pokok masalah, dan tidak berbelit-belit.

Berdasarkan uraian diatas maka dapat disimpulkan bahwa aspek-aspek komunikasi interpersonal dalam islam dapat dilihat dalam tabel berikut ini:

**Tabel 2. 2**  
Aspek Komunikasi Islami

<b>Aspek</b>	<b>Indikator</b>	<b>Sumber dari Al-Qur'an</b>
<i>Qaulan Sadida</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menyampaikan informasi yang benar dan berdasarkan fakta dan data</li> <li>• Menyampaikan informasi berdasarkan sumber yang jelas.</li> </ul>	An-Nisa' : 9
<i>Qaulan Masyura</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Berkomunikasi dengan bahasa yang mudah dimengerti</li> <li>• Menggunakan kalimat yang menyenangkan</li> <li>• Menyampaikan informasi yang memberikan optimisme bagi lawan bicara</li> </ul>	Al-Isra' : 28
<i>Qaulan Layyinan</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Komunikasi lemah lembut</li> <li>• Memberi contoh</li> <li>• Meyakinkan</li> </ul>	Taha : 44
<i>Qaulan Karima</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Berkata santun</li> <li>• Tanpa kalimat yang kasar</li> </ul>	Al-Isra' : 23
<i>Qaulan Ma'rufa</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Berkata baik</li> <li>• Menggunakan ungkapan yang baik</li> <li>• Tidak menyinggung perasaan</li> <li>• Berbicara yang bermanfaat</li> </ul>	An-Nisa : 8
<i>Qaulan Baligha</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menggunakan kata-kata sederhana</li> <li>• Bahasa mudah dimengerti</li> <li>• Bicara tidak berbelit-belit</li> </ul>	An-Nisa : 63

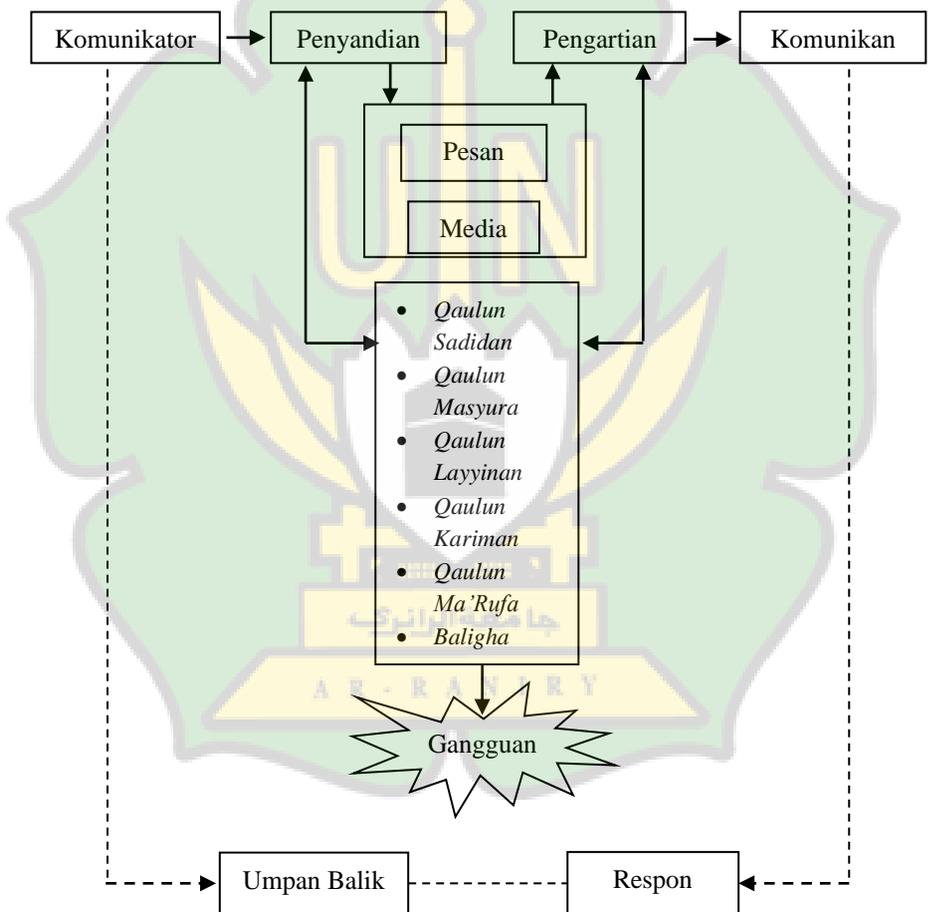
Sumber: Na'imah dan Septiningsih (2019:223)

Adapun model komunikasi islami ataupun proses komunikasi islami melalui langkah- langkah sebagai berikut:

- a. Komunikator melakukan penyandian (*encoding*) untuk menyampaikan pesan dalam bentuk lambang.

b. Pesan tersebut disalurkan ke komunikan melalui media. Pada saat proses menyampaikan tersebut, sering ada gangguan, baik gangguan lingkungan, psikologis maupun gangguan semantik. Gangguan inilah yang menyebabkan pesan tidak tersampaikan dengan baik ke komunikan. Oleh karena itu selama proses menyampaikan pesan perlu di masukkan metode komunikasi yang islami, yaitu *sadidan*, *maysura*, *layyinan*, *kariman*, *ma'rufa* dan *baligha*. Misalnya, saat menyampaikan pesan komunikator harus menggunakan *qaulan sadidan* dan *qaulan baligha*, yaitu berkata yang jujur dan menggunakan kata-kata yang jelas. Artinya komunikator harus menyampaikan informasi yang jelas sumbernya dan menggunakan bahasa yang mudah dimengerti, sehingga mengurangi gangguan psikologis maupun gangguan semantik. Dengan demikian pesan akan tersampaikan dengan benar ke komunikan. Proses komunikasi yang baik juga harus menggunakan *qaulan maysura*, *qaulan layyinan*, *qaulan karima* dan *qaulan ma'rufa* yaitu menggunakan kata-kata yang lembut, sopan, menyenangkan atau berisi hal-hal yang menggembirakan serta memberikan optimisme bagi komunikan. Dengan metode ini maka gangguan psikologis bisa teratasi, karena komunikan merasa nyaman menerima pesan dari komunikator.

- c. Komunikasikan menafsirkan (*decoding*) pesan hingga mempunyai makna.
- d. Komunikasikan memberi tanggapan terhadap pesan yang diberikan oleh komunikator sehingga komunikator dapat menganalisis pesan yang disampaikan sudah sesuai dengan tujuan atau belum.



**Gambar 2. 1 Model Komunikasi Interpersonal Islami**

Sumber: Na'imah dan Septiningsih (2019:224)

Demikianlah, proses komunikasi interpersonal yang islami akan mengurangi terjadinya gangguan yang dapat menghambat tersampainya pesan ke komunikan.

#### **2.4.5 Indikator Komunikasi Interpersonal**

Komunikasi yang efektif adalah komunikasi yang mampu menghasilkan perubahan sikap (*attitude change*) pada orang yang terlibat dalam komunikasi atau dapat dikatakan komunikasi yang efektif merupakan saling bertukar informasi, ide, kepercayaan, perasaan dan sikap antara dua orang yang hasilnya sesuai dengan harapan. Menurut Devito (2011: 256-264), komunikasi interpersonal yang efektif memiliki indikator antara lain keterbukaan, empati, dukungan, rasa positif dan kesetaraan.

1. Keterbukaan (*openness*)

Keterbukaan adalah kemauan menanggapi dengan senang hati informasi yang diterima di dalam menghadapi hubungan interpersonal. Keterbukaan atau sikap terbuka sangat berpengaruh dalam menumbuhkan komunikasi interpersonal yang efektif.

2. Empati (*empathy*)

Empati adalah merasakan apa yang dirasakan orang lain atau proses ketika seseorang merasakan perasaan orang lain dan menangkap arti perasaan itu kemudian mengkomunikasikannya dengan kepekaan sedemikian rupa

hingga menunjukkan bahwa ia sungguh-sungguh mengerti perasaan orang lain itu.

3. Dukungan (*supportiveness*)

Dukungan adalah situasi yang terbuka untuk mendukung agar komunikasi berlangsung efektif. Sikap suportif adalah sikap yang mengurangi sikap defensif dalam komunikasi.

4. Rasa positif (*positiveness*)

Rasa positif adalah perasaan positif terhadap diri sendiri, kemampuan mendorong orang lain lebih aktif berpartisipasi dan kemampuan menciptakan situasi komunikasi kondusif untuk berinteraksi yang efektif.

5. Kesetaraan (*equality*)

Kesetaraan adalah pengakuan kedua belah pihak saling menghargai, berguna dan mempunyai sesuatu yang penting untuk disumbangkan.

## 2.5 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian tentang fasilitas dan komunikasi interpersonal terhadap kepuasan nasabah telah dilakukan oleh beberapa peneliti terdahulu diantaranya yaitu:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Agustinus, dkk. (2021), dilakukan untuk mengetahui apakah komunikasi interpersonal, kualitas layanan, dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Yang menjadi populasi pada penelitian ini adalah nasabah Bank BRI

kantor cabang Jakarta Gatot Subroto yaitu sebanyak 133 populasi. Dengan menggunakan rumus slovin didapat sampel sebanyak 100 nasabah. Data yang digunakan yaitu data primer yaitu dengan membagikan kuesioner kepada nasabah. Metode penelitian yang digunakan ialah kuantitatif dengan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal memiliki pengaruh yang kuat dan positif terhadap kepuasan nasabah. Dengan karyawan bank yang memberikan komunikasi yang bagus dapat membuat nasabah merasa nyaman dan puas dengan pelayanan yang diberikan. Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang pengaruh komunikasi interpersonal terhadap kepuasan nasabah. Namun pada penelitian Agustinus menggunakan dua variabel bebas selain komunikasi interpersonal yaitu kualitas pelayanan dan citra merk. Perbedaan lainnya terdapat pada penentuan jumlah sampel, yaitu pada penelitian ini menggunakan rumus Issac dan Michael sedangkan penelitian Agustinus menggunakan rumus Slovin.

2. Penelitian Rikky (2020), bertujuan untuk mengetahui pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Batam. Responden dalam penelitian ini ialah nasabah baru yang menjadi debitur atau kreditur dan penyimpanan yang

sering melakukan transaksi melalui teller di PT Bank Negara Indonesia sebanyak 249 responden sebagai sampel penelitian. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda. Hasil penelitiannya menyajikan fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Dengan menjelaskan bahwa fasilitas yang baik dan memudahkan nasabah dalam bertransaksi dapat menimbulkan kepuasan bagi nasabah itu sendiri. Persamaan dalam penelitian ini ialah sama-sama meneliti pengaruh fasilitas terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan perbedaannya, penelitian Rikky menggunakan kualitas pelayanan sebagai salah satu variabel bebas.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Nissa (2019), dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Sedangkan untuk teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner atau angket. Yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah nasabah BRI Syariah Ponorogo yang berjumlah 10.270. Adapun jumlah sampel pada penelitian ini yaitu berjumlah 100 nasabah. Pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan aplikasi SPSS 16. Hasil penelitiannya bahwa fasilitas memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Dimana dengan memberikan suasana menyenangkan dengan desain fasilitas yang lengkap dan menarik akan membuat nasabah merasa nyaman dan puas

dalam melakukan transaksi. Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang pengaruh fasilitas terhadap kepuasan nasabah. Namun pada penelitian Nissa menggunakan variabel bebas selain fasilitas yaitu kualitas pelayanan.

4. Penelitian dari Oniansyah dkk (2019), bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan nasabah. Populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan nasabah PT. Pegadaian Unit Seketeng, Kecamatan Sumbawa dengan sampel sebanyak 100 orang. Jenis data yang digunakan ialah data primer yang didapat langsung dengan menyebarkan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitiannya didapat bahwa fasilitas tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Dimana, meskipun semakin tinggi atau berkualitas fasilitas yang dimiliki oleh PT. Pegadaian Unit Seketeng belum tentu memiliki dampak terhadap kepuasan nasabah. Persamaan dengan penelitian ini ialah sama-sama menggunakan fasilitas sebagai salah satu variabel bebas dan kepuasan nasabah sebagai variabel terikat. Sedangkan perbedaannya, pada penelitian Oniansyah menggunakan kualitas pelayanan sebagai salah satu variabel bebas.
5. Penelitian oleh Novita, dkk (2016), tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas

pelayanan, dan komunikasi interpersonal terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank SulutGo Cabang Utama di Manado. Populasi dalam penelitian ini yaitu nasabah Bank SulutGo Cabang utama di Manado sebanyak 308.221. Metode yang digunakan yaitu *simple random sampling* dan jumlah sampel penelitian sebanyak 100 nasabah. Jenis penelitian dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis regresi berganda. Hasil penelitian didapat bahwa komunikasi interpersonal memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah. Dengan pihak *frontliner* yang memberikan komunikasi interpersonal yang efektif dan baik maka semakin meningkat citra yang dimiliki PT. Bank SulutGo Cabang Utama. Persamaan dengan penelitian ini ialah menggunakan variabel bebas yang sama yaitu komunikasi interpersonal sedangkan perbedaannya pada penelitian Novita dkk menggunakan loyalitas nasabah sebagai variabel terikat.

6. Penelitian oleh Fatmawati (2015), tujuan penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di BMT Tumang Cabang Salatiga. Jenis penelitian yang digunakan yaitu metode kuantitatif. Sampel pada penelitian ini sebanyak 100 responden nasabah BMT Tumang Cabang Salatiga dengan menggunakan teknik *purposive sampling*.

Teknik mengumpulkan data yaitu dengan menyebarkan kuesioner. Penelitian juga dilakukan menggunakan model regresi linier berganda dengan bantuan IBM SPSS *statistics* 20. Hasil penelitiannya didapat bahwa fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Semakin bagus dan lengkap suatu fasilitas yang disediakan bank maka nasabah akan merasa puas. Persamaan dalam penelitian ini adalah fasilitas sebagai salah satu variabel bebas dan juga kepuasan nasabah sebagai variabel terikat. Sedangkan perbedaannya dengan penelitian Fatmawati yaitu menggunakan kualitas pelayanan sebagai salah satu variabel bebas. Perbedaan lainnya yaitu pada penelitian Fatmawati teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* sedangkan dalam penelitian ini menggunakan *simple random sampling*.

Berdasarkan pemaparan diatas penelitian terdahulu yang berkaitan dapat disimpulkan pada tabel 2.3 di bawah ini:

**Tabel 2. 3**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Nama, Tahun dan Judul Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
1	Agustinus Yanuar Budhi Heriyanto, Mutiara Ranti, Ahmad Rojikun dan Fery Hernaningsih (2021), Pengaruh Komunikasi Interpersonal, Kualitas Pelayanan Customer Service Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pengguna Aplikasi Brimo (Studi Kasus Pada Nasabah Umum Bank Bri Kantor Cabang Jakarta Gatot Subroto)”	<p>Metode penilitian pada penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi linear berganda.</p> <p>Variabel bebas pada penelitian ini yaitu komunikasi interpersonal, kualitas pelayanan dan citra merek sedangkan untuk variabel terikat nya yaitu kepuasan nasabah</p>	Komunikasi interpersonal, kualitas pelayanan dan citra merek baik secara parsial maupun simultan memiliki pengaruh yang kuat dan positif terhadap kepuasan nasabah Bank BRI Kantor Cabang Gatot Soebroto.
2	Rikky (2020), Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Batam	<p>Metode penilitian dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi linear berganda.</p> <p>Variabel bebas terdiri dari fasilitas dan kualitas pelayanan sedangkan variabel terikat yaitu kepuasan nasabah</p>	<p>Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.</p> <p>Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah.</p> <p>Fasilitas dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Batam.</p>

**Tabel 2.3 - Lanjutan**

No	Nama, Tahun dan Judul Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
3	Ardiyana Fakrun Nissa (2019), Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bri Syariah Ponorogo	<p>Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi linear berganda.</p> <p>Variabel bebasnya yaitu fasilitas dan kualitas pelayanan sedangkan variabel terikat yaitu kepuasan nasabah</p>	<p>Fasilitas memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah</p> <p>Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah</p> <p>Secara bersama-sama fasilitas dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.</p>
4	Oniansyah, Nova Adhitya dan Reza Muhammad (2019), Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah Pegadaian (Studi Kasus Pada PT. Pegadaian Unit Seketeng, Kecamatan Sumbawa)	<p>Jenis penelitian yang digunakan ialah kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi linear berganda.</p> <p>Variabel bebas terdiri atas kualitas pelayanan dan fasilitas sedangkan variabel terikat yaitu kepuasan nasabah</p>	<p>Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah</p> <p>Fasilitas tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah</p> <p>Kualitas pelayanan dan fasilitas secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.</p>

**Tabel 2.3 - Lanjutan**

No	Nama, Tahun dan Judul Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
5	Anggun Citra Novita, Willem Tumbuan, Maria Tielung (2016), Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Komunikasi Interpersonal Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Pt. Bank Sulutgo Cabang Utama Manado	Metode penelitian pada penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi linear berganda.  Kualitas produk, kualitas pelayanan dan komunikasi interpersonal sebagai variabel bebas dan kepuasan nasabah sebagai variabel terikat	kualitas produk, kualitas pelayanan, dan komunikasi interpersonal memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah baik secara simultan maupun parsial.
6	Irnia Fatmawati (2015), Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah di Lembaga Keuangan Mikro Syariah	Metode penelitian menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan teknik analisis regresi linear berganda  Fasilitas dan kualitas pelayanan sebagai variabel bebas dan kepuasan nasabah sebagai variabel terikat	Fasilitas dan kualitas pelayanan secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah

## **2.6 Pengaruh Antar Variabel**

### **2.6.1 Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah**

Fasilitas merupakan segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik yang disediakan agar dapat digunakan dan dinikmati oleh nasabah (Apriyadi 2017). Fasilitas menjadi salah satu tolak ukur atas pelayanan yang diberikan, sehingga erat hubungannya dengan

kepuasan nasabah. Karena dengan tingkat fasilitas yang ada pada suatu bank akan sangat memudahkan nasabah dalam beraktifitas serta akan merasa nyaman. Jasa yang dapat dilihat oleh nasabah berupa penampilan fasilitas fisik, peralatan, teknologi dan beragam materi komunikasi yang bagus, menarik dan terawat. Desain dan tata letak gedung bank syariah Islam yang modern dan tertata dengan baik mampu memberikan atau menunjukkan kualitas jasa yang dapat mempengaruhi nasabah. Kepuasan nasabah dapat tercipta apabila nasabah merasa senang, menurut Kotler dan Keller (2016:153) Jika kinerja melebihi harapan maka nasabah amat puas atau senang.

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan nasabah seperti hasil penelitian Fatmawati (2015), Rikky (2020) dan Nissa (2015).

## **2.6.2 Pengaruh Komunikasi Interpersonal Terhadap Kepuasan Nasabah**

Komunikasi interpersonal atau disebut juga komunikasi antarpribadi adalah komunikasi yang dilakukan dua orang atau lebih dengan interaksi secara tatap muka ataupun bermedia, dan biasanya feedbacknya langsung diketahui (Wood, 2013). Pada saat terjadi interaksi antara karyawan dengan nasabah melalui kontak komunikasi yang baik, dapat meningkatkan kinerja bank yang tentunya dapat mempengaruhi kepuasan nasabah hingga mempertahankan loyalitas nasabah dikarenakan terciptanya

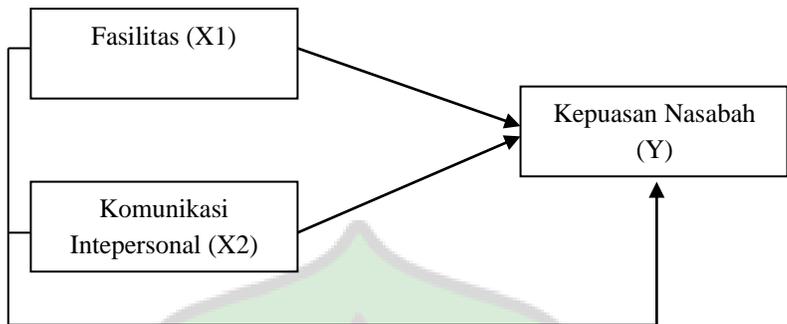
kontak komunikasi dua arah yang saling terkoneksi sehingga jalinan relasi yang dekat menimbulkan keuntungan bagi bank.

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal berpengaruh terhadap kepuasan nasabah seperti hasil penelitian Novita dkk (2016) dan Agustinus dkk (2021).

## **2.7 Kerangka Pemikiran**

Menurut Suriasumantri dalam Sugiyono (2016:60) yang mengatakan bahwa, kerangka pemikiran ini merupakan penjelasan sementara terhadap gejala-gejala yang menjadi objek permasalahan. Dalam penelitian ini terdapat beberapa aspek yang ingin diukur yaitu aspek fasilitas, komunikasi interpersonal dan kepuasan nasabah.

Berdasarkan deskripsi yang telah dipaparkan pada pengaruh antar variabel fasilitas dan komunikasi interpersonal terhadap kepuasan nasabah. Berikut peneliti paparkan kerangka pemikiran dalam penelitian ini, yaitu:



**Gambar 2. 2**  
**Kerangka Pemikiran**

Keterangan:

1. Variabel terikat (*dependent variable*) yaitu variabel yang dipengaruhi oleh sebab akibat adanya variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini yaitu kepuasan nasabah (Y).
2. Variabel bebas (*independent variable*) yaitu variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab timbulnya variabel terikat. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Fasilitas (X<sub>1</sub>) dan komunikasi interpersonal (X<sub>2</sub>).

## 2.8 Hipotesis Penelitian

Sugiyono (2016:96) mendefinisikan hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, rumusan masalah penelitian dinyatakan dalam bentuk pernyataan. 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 dapat

dikatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik (Sugiyono, 2010:93).

Berdasarkan rumusan masalah, maka dalam penelitian ini memberikan hipotesis sebagai berikut:

1.  $H_1$  = Fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa KIP kuliah selaku nasabah pada Bank Aceh KCP UIN Ar-Raniry
2.  $H_2$  = Komunikasi Interpersonal berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa KIP kuliah selaku nasabah pada Bank Aceh KCP UIN Ar-Raniry
3.  $H_3$  = Fasilitas dan komunikasi interpersonal secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa KIP kuliah selaku nasabah pada Bank Aceh KCP UIN Ar-Raniry

## **BAB III METODE PENELITIAN**

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

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ialah penelitian kuantitatif yaitu metode untuk menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan variabel. Variabel-variabel ini biasanya diukur dengan instrument penelitian sehingga data yang terdiri dari angka-angka dapat dianalisis berdasarkan prosedur statistik (Noor, 2011:38).

Metode penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifiknya adalah sistematis, terencana, dan struktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya. Definisi lain menyebutkan penelitian kuantitatif adalah penelitian yang banyak menuntut penggunaan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan dari hasilnya. Demikian pula pada tahap kesimpulan penelitian akan lebih baik bila disertai dengan gambar, table, grafik, atau tampilan lainnya (Sandu, 2015:17).

Sedangkan berdasarkan klasifikasinya penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif. Narbuko dan Achmadi (2013:44) menjelaskan bahwa metode penelitian deskriptif yaitu penelitian yang memaparkan pemecahan dari masalah yang ada sekarang yang berasal dari data–data, jadi penelitian deskriptif juga menyajikan data, menganalisis dan menginterpretasi.

## **3.2 Populasi dan Sampel**

### **3.2.1 Populasi**

Sugiyono (2014:115) mendefinisikan populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Pada penelitian ini yang menjadi populasi penelitian adalah Mahasiswa KIP Kuliah UIN Ar-Raniry Banda Aceh selaku Nasabah pada Bank Aceh KCP UIN Ar-Raniry. Dimulai dari angkatan 2018 sampai dengan angkatan 2021. Angkatan 2018 berjumlah 210 mahasiswa, angkatan 2019 berjumlah 364 mahasiswa, angkatan 2020 berjumlah 425 mahasiswa dan angkatan 2021 berjumlah 430 mahasiswa. Total keseluruhan jumlah Mahasiswa KIP Kuliah UIN Ar-Raniry tahun angkatan 2018 sampai 2021 berjumlah sebanyak 1.429 mahasiswa.

### **3.2.2 Sampel**

Sampel merupakan sebagian data yang diambil dari keseluruhan objek yang diteliti dan dianggap mewakili seluruh populasi. Menurut Sugiyono (2016) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.

Sampel diambil dengan menggunakan teknik pengambilan sampel yaitu suatu cara yang digunakan untuk memilih dan mengambil anggota-anggota dari populasi yang digunakan sebagai sampel yang mewakili. Teknik pengambilan sampel yang

digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan metode *simple random sampling* yaitu pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata dalam populasi itu (Sugiyono, 2011).

Alasan dilakukannya teknik pengambilan sampel adalah karena jumlah populasi yang banyak sehingga tidak mungkin untuk mengumpulkan semua anggota populasi karena akan membutuhkan biaya dan tenaga yang tidak sedikit, kualitas data yang dihasilkan oleh sampel lebih teliti dibandingkan populasi, dan proses penelitian menggunakan sampel relatif lebih cepat daripada populasi. Untuk mendapatkan jumlah sampel yang dapat mewakili populasi, maka peneliti menggunakan rumus Issac dan Michael (Sugiyono 2015:67). Rumus Issac dan Michael ini telah diberikan hasil perhitungan yang berguna untuk menentukan jumlah sampel berdasarkan tingkat kesalahan 1%, 5%, dan 10%. Pada penelitian ini tingkat kesalahan atau *sampling error* dalam menentukan jumlah sampel yaitu pada tingkat kesalahan 10%. Rumus menentukan sampel menggunakan teori issac dan Michael dapat dilihat dibawah ini:

$$s = \frac{\lambda^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{d^2 (N-1) + \lambda^2 \cdot P \cdot Q} \quad (3.1)$$

Keterangan:

S = jumlah sampel

$\lambda^2$  = chi kuadrat dengan taraf kesalahan = 10%,  
maka chi kuadrat = 2,706

N = jumlah populasi

P = peluang benar (0,5)

Q = peluang salah (0,5)

d = derajat kebebasan (0,05)

Untuk menentukan jumlah sampel panneliti menggunakan taraf kesalahan 10% sehingga tingkat kebenaran adalah 90%. Berikut perhitungan untuk menentukan jumlah sampel pada penelitian ini sebagai berikut:

$$s = \frac{2,706 \times 1429 \times 0,5 \times 0,5}{(0,05)^2 (1429-1) + 2,706 \times 0,5 \times 0,5}$$

$$s = \frac{966,7185}{4,2465}$$

$$s = 227,65$$

Dari hasil perhitungan diatas didapat hasil 227,65 maka dibulatkan menjadi 228 sampel yang merupakan nasabah pengguna jasa Bank Aceh, responden dalam penelitian ini adalah Mahasiswa KIP kuliah UIN Ar-Raniry Banda Aceh KCP UIN Ar-Raniry.

### **3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data**

Sumber data dan pengumpulan data sangat penting dalam sebuah penelitian. Sumber data merupakan sumber yang akan diperoleh oleh seorang peneliti untuk mendapatkan sebuah data. Setelah memperoleh sumber data kemudian data tersebut akan dikumpulkan dengan menggunakan angket atau kuesioner penelitian. Berikut penjelasan lebih lanjut mengenai sumber data dan juga teknik pengumpulan data yang akan peneliti gunakan pada penelitian ini:

#### **3.3.1 Sumber Data**

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis data primer. Data primer merupakan sumber data yang secara langsung memperlihatkan data kepada pengambil data. Sumber data primer didapat melalui kegiatan wawancara atau observasi langsung dilapangan (Sugiyono, 2014:225). Data primer dalam penelitian ini ialah data yang didapat langsung dari jawaban responden atas pernyataan-pernyataan kuesioner kepada sampel yang telah ditentukan. Adapun pihak yang akan terlibat dalam menjadi responden pada penelitian ini ialah Mahasiswa KIP Kuliah UIN Ar-Raniry. Data tersebut akan digunakan untuk mengetahui tanggapan Mahasiswa KIP Kuliah UIN Ar-Raniry terhadap kepuasan mereka selaku nasabah pada Bank Aceh KCP UIN Ar-Raniry.

### 3.3.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan data. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik pengumpulan data berupa Kuesioner.

Teknik pengumpulan data dengan kuesioner atau angket adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2016). Dalam hal ini peneliti menyebarkan kuesioner penelitian kepada mahasiswa aktif KIP Kuliah UIN Ar-Raniry mulai tahun angkatan 2018 hingga 2021. Yang mana peneliti menyebarkan kuesioner online dengan menggunakan *Google Form* yang kemudian dibagikan melalui aplikasi *Whatsapp* secara personal maupun Grup *Whatsapp* kepada responden yang telah ditentukan.

### 3.4 Definisi Operasional Variabel Penelitian

**Tabel 3. 1**  
**Operasional Variabel**

No	Definisi Variabel	Indikator	Item Pernyataan	Skala
1	Fasilitas ( $X_1$ ) menurut Zakiaah Daradjat (2014: 16) adalah segala sesuatu yang dapat mempermudah upaya dan memperlancar kerja dalam rangka mencapai suatu tujuan.	<p>1. Pertimbangan atau perencanaan spesial (penampilan dan keadaan lingkungan sekitarnya)</p> <p>2. Perencanaan ruangan</p> <p>3. Perlengkapan atau perabotan(Tjiptono,2011)</p>	<p>a. Bank memiliki tampilan gedung yang bagus</p> <p>b. Bank memiliki tampilan ruangan yang tertata dengan rapi</p> <p>c. Bank memiliki area parkir yang cukup luas</p> <p>a. Bank memiliki ruang tunggu yang bersih</p> <p>b. Bank memiliki ruang tunggu yang nyaman bagi nasabahnya</p> <p>c. Fasilitas ruangan di desain dengan suasana yang menarik</p> <p>a. Tersedia petunjuk pelayanan nasabah</p> <p>b. Bank memiliki perangkat peralatan yang cukup dan baik untuk melayani nasabah (seperti komputer, pena, meja yang rapi), dll.</p> <p>c. Bank memiliki fasilitas ATM yang tersebar luas</p>	Likert

**Tabel 3.1 - Lanjutan**

No	Definisi Variabel	Indikator	Item Pernyataan	Skala
2	Komunikasi interpersonal ( $X_2$ ) atau komunikasi antarpribadi adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka atau bermedia, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal maupun nonverbal (Mulyana, 2004:73)	1. Keterbukaan (openness)	a. Karyawan bank menjelaskan jenis produk tabungan yang akan digunakan b. Karyawan bank menjelaskan kelebihan dan kekurangan produk yang digunakan	Likert
2. Empati ( <i>empathy</i> )	a. Karyawan bank dapat mengerti keinginan nasabah b. Karyawan bank merealisasikan produk			
3. Sikap mendukung ( <i>supportiveness</i> )	a. Adanya komunikasi timbal balik antara nasabah dan karyawan bank b. Adanya komunikasi alternative			
4. Rasa positif ( <i>positiveness</i> )	a. Karyawan bank berbicara dengan ramah dan sopan b. Berkomunikasi yang positif			
5. Kesetaraan ( <i>equality</i> )(DeVito, 2011)	a. Menjalani suatu komunikasi yang baik			

**Tabel 3.1 - Lanjutan**

No	Definisi Variabel	Indikator	Item Pernyataan	Skala
3	Kepuasan nasabah (Y) adalah hasil penilaian nasabah terhadap apa yang diharapkan dengan membeli dan mengkonsumsi suatu produk atau jasa. Kemudian harapan tersebut dibandingkan dengan kinerja yang diterimanya dengan mengkonsumsi produk atau jasa tersebut (Al-Arif, (2010:192)	1. Kepuasan nasabah keseluruhan	Karyawan mampu menjelaskan produk-produk yang ditawarkan ke nasabah	Likert
		2. Konfirmasi harapan	Fasilitas yang didapat nasabah sesuai dengan yang diharapkan	
		3. Niat Beli Ulang	Diwaktu yang akan datang nasabah akan melakukan pembelian jasa ulang kembali	
		4. Kesiediaan untuk merekomen dasi	Kondisi lingkungan fisik menunjang sehingga nasabah akan merekomendasikan pada orang lain	
		5. Ketidakpuasan nasabah (Tjiptono, 2014)	Nasabah tidak akan berpaling produk/jasa dari bank tersebut	

### 3.5 Skala Pengukuran

Skala pengukuran merupakan suatu kesepakatan untuk sebuah acuan dalam menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut apabila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. Adapun untuk mengukur pengaruh fasilitas dan komunikasi interpersonal

terhadap kepuasan nasabah, peneliti akan menggunakan skala likert.

Dengan menggunakan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut digunakan untuk menjadi titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan ataupun pertanyaan. Pada penelitian ini, adapun jawaban dari setiap item instrumen yang menggunakan skala likert memiliki 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). Lebih jelas dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 3. 2**  
**Tabel Pengukuran Skala Likert**

<b>Pilihan</b>	<b>Keterangan</b>	<b>Bobot Jawaban</b>
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 Uji Instrumen Penelitian**

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

Validitas yaitu suatu alat ukur tes dalam kuesioner. Validitas artinya sejauh mana tes dapat mengukur dengan tepat dan dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya (Sunyoto, 2013: 132). Uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah ada pertanyaan

atau pernyataan harus di buang atau diganti karena dianggap tidak relevan. Siregar (2013:48) menyatakan untuk menguji sejauh mana tingkat validitas instrumen penelitian data, maka dapat digunakan teknik korelasi produk moment dari Pearson. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan antara nilai r hitung dengan nilai r tabel dengan nilai signifikansi ( $\alpha$ ) = 0,05.

- Jika r hitung > dari r tabel dan bernilai r positif, maka butir pernyataan valid.
- Jika r hitung < r tabel maka pernyataan dapat dikatakan tidak valid.

## **2. Uji Reliabilitas**

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 Uji Asumsi Klasik

#### 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 uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov* dan juga dengan cara melihat *Normal Probability Plot* yang membandingkan distribusi kumulatif 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:

- a. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b. 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 Heterokedastisitas

Tujuan dari uji heterokedastisitas adalah untuk menguji varians residual yang tidak sama dari satu pengamatan ke pengamatan lain pada suatu model regresi (Ghozali, 2006). Terjadi homokedastisitas jika varians dari residu satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap dan jika varians berbeda maka terjadi heterokedastisitas, data yang homokedastisitas merupakan sebuah model regresi yang baik karena tidak terjadi heterokedastisitas. Pada penelitian digunakan grafik *scatterplot* dan uji glejser untuk dasar dalam mengambil keputusan. Pengujian *scatterplot* dan uji glejser dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS.

## 3. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya kolerasi antar variable bebas (*independen*). Hasil yang diharapkan pada pengujian ini adaah tidak terjadinya kolerasi antar variabel independen. Dalam penelitian ini menggunakan analisa matrik kolerasi antar variabel independen dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika nilai tolerance lebih besar dari 0,10 atau sama dengan nilai VIF kursang dari 10, maka tidak terjadi multikolonieritas dalam model regresi yang digunakan dalam penelitian (Ghozali, 2006).

### 3.8 Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda adalah untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Menurut Mulyono (2018) analisis regresi linier berganda dilakukan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel bebas terhadap satu variabel terikat. Bentuk persamaan garis regresinya adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e \quad (3.2)$$

Keterangan:

Y = Variabel terikat (kepuasan nasabah)

a = Konstanta

$b_1$  dan  $b_2$  = Koefisien regresi

$X_1$  = Variabel fasilitas

$X_2$  = Variabel komunikasi interpersonal

e = *error term*

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

Uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk menunjukkan seberapa besar variabel independen menjelaskan variabel dependen.  $R^2$  pada persamaan regresi rentan terhadap penambahan variabel independen, dimana semakin banyak variabel independen yang terlibat, maka semakin besar nilai  $R^2$  pada analisis regresi berganda (Ghozali, 2013: 110). Koefisien determinasi ini mengukur persentase total varian variabel dependen Y yang dijelaskan oleh variabel independen di dalam garis regresi. Nilai  $R^2$  mempunyai interval antara 0 sampai 1 ( $0 < R^2 < 1$ ). Semakin baik

hasil untuk model regresi tersebut maka semakin mendekati 1 dan sebaliknya jika semakin mendekati 0, maka variabel independen secara keseluruhan tidak dapat menjelaskan variabel dependen.

### 3.10 Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis merupakan pengujian yang bertujuan untuk mengetahui apakah kesimpulan pada sampel dapat berlaku untuk populasi. Untuk memperoleh kesimpulan dari analisis ini maka terlebih dahulu dilakukan pengujian hipotesis yang dilakukan secara menyeluruh atau simultan (Uji F) dan secara parsial (Uji t) yang dijelaskan sebagai berikut:

#### 1. Uji t (Parsial)

Uji t bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen secara parsial. 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:

a. Uji hipotesis dengan membandingkan  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$

- 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.

- 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.

b. Uji hipotesis berdasarkan signifikan

- Jika angka sig  $> 0,05$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat.
- Jika angka sig  $< 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya ada pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat.

## 2. Uji F (Simultan)

Uji Statistik F pada dasarnya digunakan untuk melihat apakah semua variabel independen mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Ghozali, 2016:108). Cara untuk mengetahui yaitu dengan membandingkan nilai  $F_{hitung}$  dengan nilai  $F_{tabel}$  sebagai berikut:

- a. Bila  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dan tingkat signifikan  $< (0,05$  atau  $5\%)$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya bahwa semua variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.
- b. Bila  $F_{hitung} < F_{tabel}$  dan tingkat signifikan  $> (0,05$  atau  $5\%)$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, artinya bahwa semua variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **4.1 Gambaran Umum Profil Penelitian**

#### **4.1.1 Profil PT. Bank Aceh Syariah KCP UIN Ar-Raniry**

PT. Bank Aceh Syariah KCP UIN Ar-Raniry adalah salah satu cabang pembantu dari PT. Bank Aceh Syariah yang berlokasi di UIN Ar-Raniry Banda Aceh. PT. Bank Aceh Syariah KCP UIN Ar-Raniry Banda Aceh mulai beroperasi pada tanggal 20 November 2006 yang diresmikan oleh Direktur Utama PT. Bank Aceh Bapak Aminullah Usman, SE, Ak. Kantor ini banyak melayani aktifitas akademik UIN Ar-Raniry tetapi juga melayani masyarakat secara umum yang mayoritas berasal dari Kopelma Darussalam dan sekitarnya. Terbentuknya PT. Bank Aceh Syariah KCP UIN Ar-Raniry atas jalinan kerjasama antara UIN Ar-Raniry Banda Aceh dengan PT. Bank Aceh Syariah tentang penyelenggaraan sistem transaksi non tunai pengelolaan keuangan melalui *cash management system* (CMS). Penandatanganan naskah kerja sama penyelenggaraan transaksi non tunai ini ditandatangani oleh Direktur Utama Bank Aceh Syariah, Haizir Sulaiman sebagai pihak pertama dengan Rektor UIN Ar-Raniry Banda Aceh, Warul Walidin AK sebagai pihak kedua, bertempat di Ruang Sidang Rektor Gedung Rektorat UIN Ar-Raniry.

Dalam perjanjian kerja sama para pihak tersebut antara lain dalam ruang lingkup penyelenggaraan transaksi non tunai melalui CMS baik pembayaran maupun penerimaan di lingkungan UIN Ar-

Raniry, guna mendukung Gerakan Nasional Non Tunai. Perjanjian kerja sama penyelenggaraan transaksi non tunai tersebut juga sebagai landasan bagi Bank Aceh Syariah dan UIN Ar-Raniry dalam pengimplementasian sistem pengelolaan keuangan secara non tunai melalui CMS tersebut, dengan menggunakan sistem teknologi informasi yang terintegrasi dalam upaya meningkatkan pengelolaan keuangan yang tertib, taat pada peraturan perundang-undangan, efisien, ekonomis, efektif, transparan dan bertanggung jawab. Hal-hal lain secara rinci juga tertuang dalam naskah kerja sama tersebut, antara lain terkait dengan hak dan kewajiban ke dua belah pihak, mekanisme pelaksanaan kerja sama serta hal lain yang menjadi dan dianggap penting dalam kerja sama itu.

#### **4.1.2 Visi dan Misi**

1. Visi

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

2. Misi

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

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

#### **4.1.3 Produk dan Layanan**

##### **1. Penghimpunan Dana**

- a. Giro Amanah iB (*Wadiah*), Sarana penyimpanan dana dalam bentuk mata uang rupiah pada Bank Aceh Syariah yang pengelolaan dananya berdasarkan prinsip syariah dengan akad *Wadiah Yad Dhamanah*, yaitu dana titipan murni nasabah kepada Bank yang dapat diambil setiap saat dengan menggunakan media *Cheque* dan *Bilyet Giro*.
- b. Tabungan
  - 1) Tabungan Aneka Guna (TAG iB), Tabungan Aneka Guna (TAG) iB merupakan tabungan dengan akad mudharabah, dengan sistem bagi hasil rata-rata harian yang kompetitif.
  - 2) Tabungan Firdaus iB, Tabungan Firdaus pada Bank Aceh Syariah diperuntukkan bagi perorangan yang menggunakan prinsip mudharabah (bagi hasil) dimana dana yang diinvestasikan oleh nasabah dapat dipergunakan oleh Bank (*mudharib*) dengan imbalan bagi hasil bagi nasabah

(*shahibul maal*). Tabungan firdaus menggunakan akad mudharabah muthlaqah yang berarti pihak bank diberi kuasa penuh untuk menjalankan usahanya tanpa batasan sepanjang memenuhi syarat-syarat syariah dan tidak terikat dengan waktu, tempat, jenis usaha, dan nasabah pelanggannya.

- 3) TabunganKu iB, TabunganKu 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. Deposito Mudharabah, Investasi berjangka waktu tertentu dalam bentuk mata uang rupiah pada Bank Aceh Syariah yang pengelolaan dananya berdasarkan prinsip syariah dengan akad Mudharabah Muthalaqah, yaitu akad antara pihak pemilik dana (*Shahibul Maal*) dengan pengelola dana (*Mudharib*). Dalam hal ini *Shahibul Maal* (Nasabah) berhak memperoleh keuntungan bagi hasil sesuai nisbah yang tercantum dalam akad.

## **2. Penyaluran Dana**

### **a. Pembiayaan Murabahah**

Pembiayaan dalam bentuk mata uang rupiah pada Bank Aceh Syariah menggunakan prinsip syariah dengan akad Murabahah, yaitu pembiayaan yang diberikan kepada

seluruh anggota masyarakat dengan sistem jual beli. Dalam hal ini nasabah sebagai pembeli dan bank sebagai penjual, harga jual bank adalah harga beli dari supplier ditambah keuntungan yang disepakati dan tercantum dalam akad.

b. Pembiayaan Musyarakah

Pembiayaan dalam bentuk mata uang rupiah pada Bank Aceh Syariah menggunakan prinsip syariah dengan akad Musyarakah, yaitu kerja sama dari dua pihak atau lebih untuk menjalankan suatu usaha tertentu. Kedua pihak memberikan kontribusi dana dan keahlian, serta memperoleh bagi hasil keuntungan dan kerugian sesuai kesepakatan yang tercantum dalam akad.

c. Pembiayaan Mudharabah

Akad mudharabah digunakan oleh bank untuk memfasilitasi pemenuhan kebutuhan permodalan bagi nasabah guna menjalankan usaha atau proyek dengan cara melakukan penyertaan modal bagi usaha atau proyek yang bersangkutan.

d. Pembiayaan Rahn

Rahn Gadai Emas Syariah atau disebut juga pembiayaan rahn pada Bank Aceh Syariah menggunakan prinsip syariah dengan akad Qardh, Rahn dan Ijarah, yaitu penyerahan hak penguasaan secara fisik atas barang berharga berupa emas (lantakan dan atau perhiasan beserta aksesorisnya) dari nasabah kepada bank sebagai agunan atas pembiayaan yang

diterima. Qardh Beragun Emas adalah solusi tepat dalam memenuhi kebutuhan dana bersifat segera yang sesuai dengan prinsip syariah. Proses pencairan sangat mudah dan cepat dengan fasilitas tempat penyimpanan barang jaminan yang aman.

- e. Pembiayaan Qardhul Hasan
- f. Pembiayaan Ijarah

Fatwa 09/DSN-MUI/IV/2000 ijarah timbul karena kebutuhan masyarakat memperoleh manfaat suatu barang membutuhkan pihak lain melalui akad ijarah, yaitu pemindahan hak guna atau manfaat atas suatu barang pada waktu tertentu dengan membayar sejumlah ujah (fee) akan tetapi barang tersebut tidak berpindah kepemilikannya.

### **3. Layanan**

MEPS (*Malaysian Exchange Payment System*), Transfer, Kliring, RTGS, Inkaso, Penerimaan BPIH/SISKOHAT, Penerimaan Pajak, Jaminan Pelaksana, Jaminan Penawaran, Jaminan Uang Mukad, Referensi Bank, Layanan ATM, Layanan ATM Bersama, Pembayaran Telepon, Pembayaran Listrik, Pembayaran Tagihan Ponsel, Pengisian Pulsa Ponsel, Pembayaran Pensiun, Pengelolaan Dana kebajikan, Pengiriman uang ke Luar Negeri.

## 4.2 Deskripsi Responden dan Variabel Penelitian

### 4.2.1 Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini, sampel yang digunakan sebanyak 228 orang yang merupakan Mahasiswa/i KIP Kuliah UIN Ar-Raniry selaku nasabah pada Bank Aceh KCP UIN Ar-Raniry. Pada bagian ini akan dijelaskan beberapa karakteristik responden dan tanggapan responden terhadap variabel. Peneliti memilih memaparkan karakteristik data responden melalui informasi jenis kelamin, fakultas, angkatan dan jenis beasiswa.

#### A. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berikut data responden Mahasiswa/i KIP Kuliah UIN Ar-Raniry selaku nasabah pada Bank Aceh KCP UIN Ar-Raniry berdasarkan jenis kelamin:

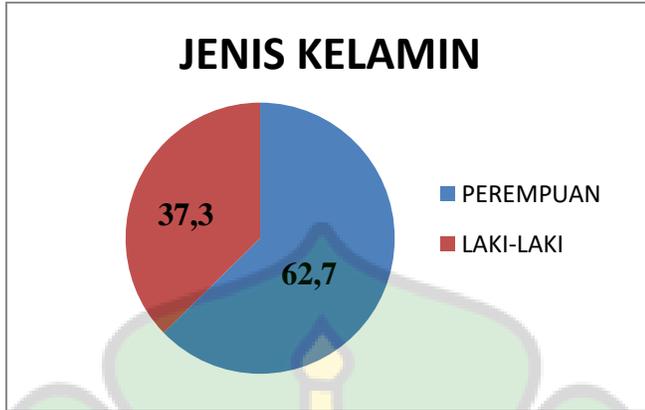
**Tabel 4. 1**

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

	<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
<b>Valid</b>	Laki-Laki	85	37.3%
	Perempuan	143	62.7%
	<b>Total</b>	228	100%

Sumber: Data Diolah (2022)

Berdasarkan hasil tabel di atas menunjukkan bahwa responden dengan jenis kelamin Perempuan sangat mendominasi yaitu dengan persentase sebesar 62,7% dan responden berjenis kelamin Laki-laki dengan persentase sebesar 37,3%.



**Gambar 4. 1**  
**Diagram Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

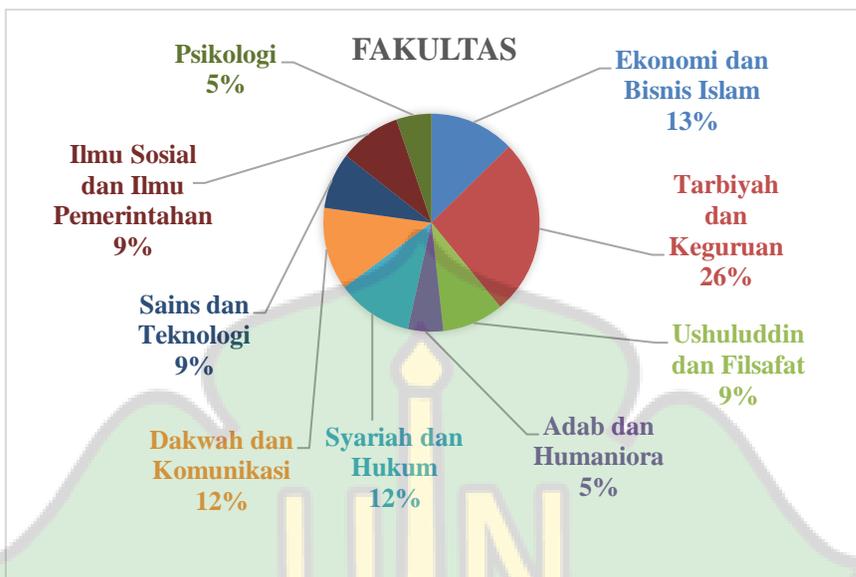
### **B. Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas**

Dalam penelitian ini peneliti, mengelompokkan fakultas berdasarkan sesuai dengan jumlah fakultas yang ada di UIN Ar-Raniry Banda Aceh yaitu sebanyak 9 fakultas yang dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 4. 2**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas**

	Fakultas	Jumlah	Persentase
<b>Valid</b>	Ekonomi dan Bisnis Islam	29	12.7%
	Tarbiyah dan Keguruan	60	26.3%
	Ushuluddin dan Filsafat	21	9.2%
	Adab dan Humaniora	12	5.3%
	Syariah dan Hukum	26	11.4%
	Dakwah dan Komunikasi	28	12.3%
	Sains dan Teknologi	19	8.3%
	Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan	21	9.2%
	Psikologi	12	5.3%
		<b>Total</b>	228

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.2 diatas memperlihatkan bahwa jumlah mahasiswa KIP Kuliah UIN Ar-Raniry Banda Aceh yang berada di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam berjumlah 29 orang mahasiswa dengan besar persentase 12,7%, yang berada di Fakultas Tarbiyah dan Keguruan berjumlah 60 orang mahasiswa dengan besar persentase 26.3%, yang berada di Fakultas Ushuluddin dan Filsafat berjumlah 21 orang mahasiswa dengan besar persentase 9.2%, yang berada di Adab dan Humaniora berjumlah 12 orang mahasiswa dengan besar persentase 5.3%, yang berada di Fakultas Syariah dan Hukum berjumlah 26 orang mahasiswa dengan besar persentase sebesar 11.4%, yang berada di Fakultas Dakwah dan Komunikasi berjumlah 28 orang mahasiswa dengan besar persentase sebesar 12.3%, yang berada di Fakultas Sains dan Teknologi berjumlah 19 orang mahasiswa dengan besar persentase 8.3%, yang berada di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan berjumlah 21 orang mahasiswa dengan besar persentase 9.2%, dan yang berada di Fakultas Psikologi berjumlah 12 orang mahasiswa dengan besar persentase 5.3%.



**Gambar 4. 2**  
**Diagram Responden Berdasarkan Fakultas**

### C. Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan

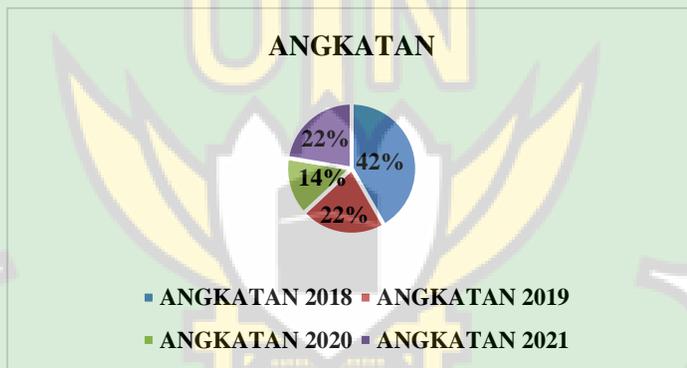
Berikut data responden Mahasiswa/i KIP Kuliah UIN Ar-Raniry selaku nasabah pada Bank Aceh KCP UIN Ar-Raniry berdasarkan angkatan:

**Tabel 4. 3**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan**

	Angkatan	Jumlah	Persentase
Valid	2018	95	41.7%
	2019	49	21.5%
	2020	33	14.5%
	2021	51	22.4%
	<b>Total</b>		228

Sumber: Data Diolah (2022)

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.3 diatas dapat diketahui bahwa jumlah responden mahasiswa KIP Kuliah UIN Ar-Raniry berdasarkan Angkatan tahun 2018 berjumlah 95 orang mahasiswa dengan besar persentase 41.7%, tahun 2019 berjumlah 49 orang mahasiswa dengan besar persentase 21.5%, tahun 2020 berjumlah 33 orang mahasiswa dengan besar persentase 14.5%, sedangkan untuk sisanya adalah Angkatan tahun 2021 yang berjumlah 51 orang mahasiswa dengan besar persentase 22.4%. dengan demikian Angkatan mahasiswa KIP Kuliah UIN Ar-Raniry yang paling mendominasi berada pada Angkatan tahun 2018.



**Gambar 4. 3**  
**Diagram Responden Berdasarkan Angkatan**

#### 4.2.2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penelitian

Tanggapan responden terhadap kuesioner yang terjadi diukur menggunakan skala likert dengan skala 5 yaitu: skor 5 sangat setuju, skor 4 setuju, skor 3 kurang setuju, skor 2 tidak setuju, dan skor 1 sangat tidak setuju.

### A. Tanggapan Responden Terhadap Fasilitas

Adapun hasil tanggapan responden mengenai Fasilitas pada Bank Aceh KCP UIN Ar-Raniry dapat digambarkan pada tabel berikut:

**Tabel 4. 4**  
**Tanggapan Responden Tentang Fasilitas Bank Aceh KCP UIN Ar-Raniry**

<b>Indikator</b>	<b>No. Item Pernyataan</b>	<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>R</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>	<b>Rata-rata</b>
Pertimbangan /Perencanaan Spasial	P01	52	146	27	2	1	4.08
	P02	68	143	14	0	3	4.20
	P03	40	105	64	17	2	3.72
Perencanaan Ruang	P04	100	113	12	1	2	4.35
	P05	83	122	21	1	1	4.25
	P06	31	116	67	12	2	3.71
Perlengkapan dan Peralatan	P07	49	128	37	10	4	3.91
	P08	82	117	24	4	1	4.21
	P09	104	89	25	9	1	4.25
<b>Rata-rata Total</b>							<b>4.07</b>

Berdasarkan hasil tabel 4.4, menunjukkan bahwa variabel fasilitas diperoleh nilai rata-rata keseluruhan sebesar 4.07. Nilai ini berada pada rentang 3,41-4,20 maka dapat dinyatakan bahwa tanggapan responden terhadap pernyataan-pernyataan variabel fasilitas berada pada kategori baik atau tinggi. Pada indikator pertimbangan atau perencanaan spasial sebagian besar mahasiswa KIP Kuliah UIN Ar-Raniry menilai Bank Aceh memiliki tampilan gedung yang bagus, area parkir yang luas dan juga memiliki tampilan ruangan yang tertata dengan rapi, hal ini dapat dilihat

pada pernyataan P01 dengan nilai rata-rata 4,08, P02 nilai rata-rata 4,20 dan P03 nilai rata-rata 3,72. Pada indikator perencanaan ruangan, mahasiswa KIP Kuliah UIN Ar-Raniry menilai Bank Aceh memiliki ruang tunggu yang bersih, nyaman dan suasana ruangan yang cukup menarik, hal ini dapat dilihat pada pernyataan P04 dengan nilai rata-rata 4,35, P05 nilai rata-rata 4,25 dan P06 nilai rata-rata 3,71. Dan pada indikator perlengkapan dan peralatan, mahasiswa KIP Kuliah UIN Ar-Raniry menilai Bank Aceh sudah cukup tersedia petunjuk pelayanan dan juga memiliki perangkat peralatan yang cukup untuk melayani nasabah dan fasilitas ATM yang tersebar luas, hal ini dapat dilihat pada pernyataan P07 dengan nilai rata-rata 3,91, P08 nilai rata-rata 4,21 dan P09 nilai rata-rata 4,25.

## B. Tanggapan Responden Terhadap Komunikasi Interpersonal

Adapun hasil tanggapan responden mengenai Komunikasi Interpersonal yang diberikan oleh karyawan Bank Aceh KCP UIN Ar-Raniry dapat digambarkan pada tabel berikut:

**Tabel 4. 5**  
**Tanggapan Responden Tentang Komunikasi Interpersonal**  
**Bank Aceh KCP UIN Ar-Raniry**

Indikator	No. Item Pernyataan	SS	S	R	TS	STS	Rata-rata
Keterbukaan	P10	31	124	58	13	2	3.74
	P11	26	100	72	27	3	3.52
Empati	P12	40	113	55	19	1	3.75
Sikap Mendukung	P13	52	124	37	12	3	3.92
	P14	29	104	78	15	2	3.63
Rasa Positif	P15	102	95	23	4	4	4.26
Rasa Keadilan	P16	69	129	21	6	3	4.12
<b>Rata-rata Total</b>							<b>3.85</b>

Berdasarkan hasil tabel 4.5; menunjukkan bahwa variabel komunikasi interpersonal diperoleh nilai rata-rata keseluruhan sebesar 3,85. Nilai ini berada pada rentang 3,41-4,20 maka dapat dinyatakan bahwa tanggapan responden terhadap pernyataan-pernyataan variabel komunikasi interpersonal berada pada kategori baik atau tinggi. Pada indikator keterbukaan sebagian mahasiswa KIP Kuliah menilai karyawan Bank Aceh sudah terbuka dalam memberikan informasi jenis tabungan yang dipakai serta menjelaskan kelebihan dan kekurangan dari produk yang

digunakan tersebut, dapat dilihat pada pernyataan P10 dengan nilai rata-rata 3,74 dan P011 nilai rata-rata 3,52. Pada indikator empati mahasiswa KIP Kuliah menilai karyawan Bank Aceh dapat mengerti keinginan nasabah, dapat dilihat pada pernyataan P012 nilai rata-rata 3,75. Pada indikator sikap mendukung, mahasiswa KIP Kuliah menilai sudah adanya terjadi komunikasi timbal balik antara nasabah dan karyawan bank dan juga adanya komunikasi alternative atas bahasa yang sulit dimengerti nasabah, hal ini dapat dilihat pada pernyataan P13 nilai rata-rata 3,92 dan P14 nilai rata-rata 3,63. Pada indikator rasa positif mahasiswa KIP Kuliah menilai karyawan bank aceh berbicara dengan ramah dan sopan setiap kali melayani nasabah, dapat dilihat pada pernyataan P15 nilai rata-rata 4,26. Dan pada indikator kesetaraan, nasabah menilai sudah terciptanya komunikasi yang baik dari karyawan Bank aceh, dapat dilihat pada pernyataan P16 nilai rata-rata 4,16.

### C. Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Nasabah

Adapun hasil tanggapan responden mengenai Kepuasan nasabah pada Bank Aceh KCP UIN Ar-Raniry dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4. 6**  
**Tanggapan Responden Tentang Kepuasan Nasabah Bank Aceh KCP UIN Ar-Raniry**

<b>Indikator</b>	<b>No. Item Pernyataan</b>	<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>R</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>	<b>Rata-rata</b>
Kepuasan Nasabah Keseluruhan	P17	82	115	20	9	2	4.17
Konfirmasi Harapan	P18	62	126	36	3	1	4.07
Niat Beli Ulang	P19	38	117	63	8	2	3.79
Kesediaan Untuk Merekomendasikan	P20	35	123	61	8	1	3.80
Ketidakpuasan Nasabah	P21	41	103	67	13	4	3.72
<b>Rata-rata Total</b>							<b>3.91</b>

Berdasarkan hasil tabel 4.6, menunjukkan bahwa variabel kepuasan nasabah diperoleh nilai rata-rata keseluruhan sebesar 3,91. Nilai ini berada pada rentang 3,41-4,20 maka dapat dinyatakan bahwa tanggapan responden terhadap pernyataan-pernyataan variabel kepuasan nasabah berada pada kategori baik atau tinggi. Pada Indikator kepuasan nasabah keseluruhan dinilai baik oleh mahasiswa KIP Kuliah dilihat dari tanggapan responden

pada pernyataan P17 nilai rata-rata 4,17. Pada indikator harapan atas fasilitas dan komunikasi yang diinginkan dinilai baik dan sesuai harapan, dilihat dari tanggapan responden pada pernyataan P18 nilai rata-rata 4,07. Pada indikator niat beli ulang, sebagian mahasiswa KIP Kuliah berminat untuk melakukan pembelian ulang kembali, dapat dilihat dari tanggapan responden pada pernyataan P19 nilai rata-rata 3,79. Pada indikator kesediaan untuk merekomendasikan kepada orang lain dinilai baik, dilihat dari tanggapan responden pada pernyataan P20 nilai rata-rata 3,80. Pada indikator ketidakpuasan nasabah, sebagian mahasiswa KIP Kuliah memilih untuk tidak akan berpaling dari produk atau jasa pada Bank Aceh, dilihat dari tanggapan responden pada pernyataan P21 nilai rata-rata 3,72.

### **4.3 Hasil Uji Instrumen Penelitian**

#### **4.3.1 Hasil Uji Validitas**

Uji validitas digunakan untuk mengetahui valid atau tidaknya kuesioner yang dibagikan kepada responden. Untuk mengetahui suatu kuesioner dapat dikatakan valid maka nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel. Dalam penelitian ini, jumlah data yang dapat digunakan sebanyak 228 kuesioner, dengan tingkat kepercayaan 95% ( $\alpha=5\%$ ), maka nilai  $r$  tabel dari 228 adalah 0,129. Berikut adalah hasil uji validitas:

**Tabel 4. 7**  
**Hasil Uji Validitas**

Variabel	Item	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Keterangan
<b>Fasilitas (X1)</b>	X1.1	0.483	0.129	Valid
	X1.2	0.573	0.129	Valid
	X1.3	0.377	0.129	Valid
	X1.4	0.641	0.129	Valid
	X1.5	0.583	0.129	Valid
	X1.6	0.545	0.129	Valid
	X1.7	0.575	0.129	Valid
	X1.8	0.665	0.129	Valid
	X1.9	0.480	0.129	Valid
<b>Komunikasi Interpersonal (X2)</b>	X2.1	0.682	0.129	Valid
	X2.2	0.692	0.129	Valid
	X2.3	0.689	0.129	Valid
	X2.4	0.715	0.129	Valid
	X2.5	0.685	0.129	Valid
	X2.6	0.612	0.129	Valid
	X2.7	0.634	0.129	Valid
<b>Kepuasan Nasabah (Y)</b>	Y1	0.675	0.129	Valid
	Y2	0.669	0.129	Valid
	Y3	0.621	0.129	Valid
	Y4	0.639	0.129	Valid
	Y5	0.565	0.129	Valid

Sumber : Data Diolah (2022)

Berdasarkan Tabel 4.4, bahwa seluruh pertanyaan/pernyataan dalam instrument yang digunakan valid. hal ini diketahui dengan membandingkan nilai r hitung (*item correted correlation*) dengan r tabel dan hasilnya menunjukkan bahwa nilai r hitung (*item correted correlation*) setiap komponen pertanyaan/pernyataan lebih besar dari r tabel (0,129). Oleh karena itu seluruh pertanyaan/pernyataan dalam kuesioner telah memenuhi uji validitas dalam alat ukur penelitian.

### 4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas

Untuk menguji seberapa andal hasil dari suatu pengukuran itu dapat dipercaya maka diperlukan uji reliabilitas. Jika nilai *Cronbach's alpha* yang diperoleh lebih besar dari 0,60 maka hasil yang diperoleh reliabel. Dalam penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan kepada 228 responden dengan 21 pernyataan. Berikut hasil uji reliabilitas pada tabel 4.8.

**Tabel 4. 8**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Jumlah Item	Cronbach Alpha	Standart Alpha	Keterangan
Fasilitas (X1)	9	0.832	>0.60	Reliabel
Komunikasi Interpersonal (X2)	7	0.884	>0.60	Reliabel
Kepuasan Nasabah (Y)	5	0.832	>0.60	Reliabel

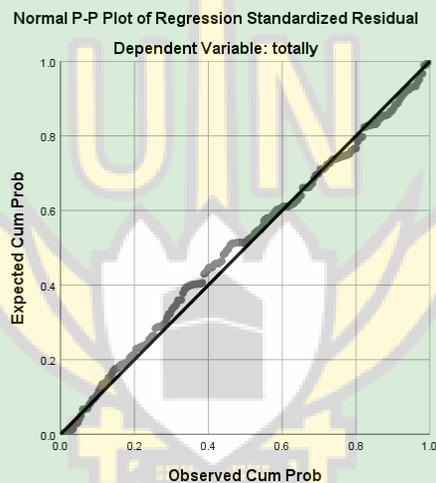
Sumber: Data Diolah (2022)

Berdasarkan tabel 4.8 di atas 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.

## 4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik

### 4.4.1 Hasil Uji Normalitas

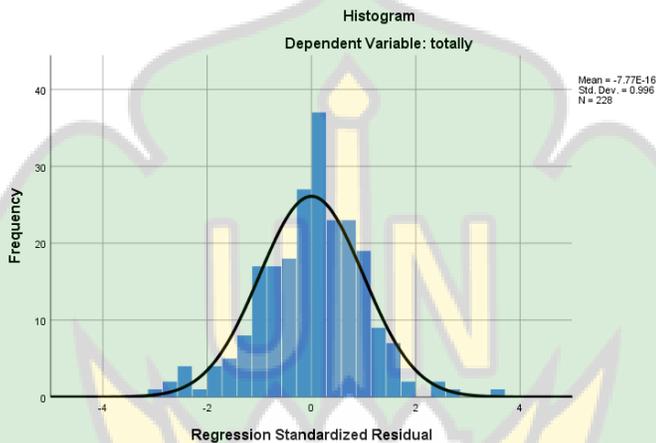
Uji normalitas data ini bertujuan untuk mengetahui distribusi data dalam variabel penelitian. Data yang baik dan layak digunakan adalah data yang memiliki distribusi normal. Uji normalitas dalam penelitian ini dengan menggunakan pengolahan SPSS versi 25. Menghasilkan grafik sebagai berikut:



**Gambar 4. 4 Probability Plot**

Berdasarkan gambar diatas, hasil normalitas dengan menggunakan uji *p-p plot Regression Standarized Residual* 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 4.2 dapat dilihat bahwa distribusi data membentuk lonceng (*bell shaped*), tidak condong ke kiri atau ke kanan sehingga data berdistribusi normal.



**Gambar 4. 5 Histogram**

Pengujian lainnya untuk melihat apakah data berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan metode *Kolmogrof-Smirnov*, dimana jika nilai signifikan dari suatu variabel  $>0,05$  atau 5% maka menunjukkan distribusi data tersebut normal.

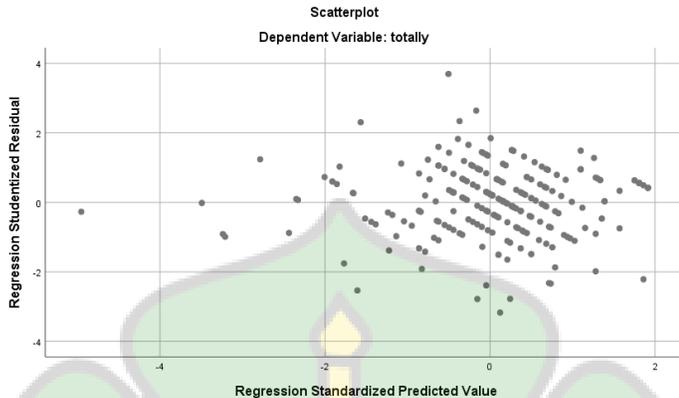
**Tabel 4. 9**  
**Hasil Uji One Sample Kolmogrov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		228
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,85895274
Most Extreme Differences	Absolute	,055
	Positive	,035
	Negative	-,055
Test Statistic		,055
Asymp. Sig. (2-tailed)		,089 <sup>c</sup>

Tabel 4.9 uji normalitas menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov* memperoleh nilai signifikan  $0,089 > 0,05$ . Hal ini menunjukkan data penelitian dinyatakan berdistribusi normal.

#### 4.4.2 Hasil Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke satu pengamatan lain. Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini dilakukan dengan melihat grafik *scatterplot*, jika dalam grafik *scatterplot* penyebaran data tidak teratur dan tidak membentuk pola tertentu maka kesimpulannya adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Adapun hasil dari uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada Gambar 4.3.



**Gambar 4. 6 Data Uji Heterokedastisitas**

Berdasarkan Gambar 4.6 dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pola teratur pada titik-titik pengolahan data tetapi berbentuk pola menyebar sehingga dinyatakan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

Pada penelitian ini juga digunakan uji glejser dalam melihat apakah terjadi heteroskedastisitas atau tidak. Dimana, jika nilai signifikansi (Sig) antara variabel bebas dengan *Absolut residual* lebih besar dari 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Hasil dari uji glejser pada penelitian ini ditunjukkan pada tabel dibawah ini

**Tabel 4. 10**  
**Hasil Pengujian Glejser**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.089	0.660		1.650	0.100
Fasilitas (X1)	0.39	0.026	0.145	1.525	0.129
Komunikasi Interpersonal (X2)	-0.041	0.025	-0.153	-1.615	0.108

Sumber: Data Diolah (2022)

Berdasarkan data uji glejser diatas dapat diartikan bahwa didalam analisis regresi tidak terdapat gejala heterokedastisitas, dimana menunjukkan nilai signifikan dari variabel fasilitas (0.129) dan komunikasi interpersonal (0.108) lebih besar dari 0,05.

#### **4.4.3 Hasil Uji Multikolinieritas**

Pengujian multikolinieritas dilakukan dengan tujuan untuk melihat apakah ada korelasi antar variabel bebas (*independen*). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Jika dalam analisis regresi linier berganda terdapat dua variabel bebas terjadi multikolinieritas sempurna, maka taksiran parameternya tidak dapat ditentukan, kesalahan baku menjadi besar tidak terhingga. Uji ini dilakukan dengan melihat *Tolerance* dan *Variance Inflation factor* (VIF). Jika nilai tolerance lebih besar dari 0,10 atau nilai VIF kurang dari 10 maka tidak terjadi multikolinieritas pada model regresi yang digunakan. Untuk

melihat hasil dari olah data uji multikolinieritas dapat dilihat pada table berikut ini:

**Tabel 4. 11**  
**Uji Multikolinieritas**

<b>Variabel</b>	<b>Tolerance</b>	<b>VIF</b>
Fasilitas ( $X_1$ )	0,487	2.054
Komunikasi Interpersonal ( $X_2$ )	0,487	2.054

Sumber : Data Diolah (2022)

Berdasarkan Tabel 4.11 diatas dapat diketahui bahwa setiap variabel *independen* memiliki nilai VIF yang lebih kecil dari 10 atau nilai *Tolerance Value* yang lebih besar dari 0,10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian yang dilakukan ini tidak terjadi multikolinieritas antar variabel *independen*.

#### **4.5 Hasil Analisis Regresi Berganda**

Analisis Regresi Linier Berganda digunakan untuk menganalisis hubungan satu variabel terikat dengan variabel bebas yang lebih dari satu. Dalam penelitian ini, model persamaan regresi berganda yang diuji untuk mengetahui pengaruh fasilitas dan komunikasi interpersonal terhadap kepuasan nasabah Bank Aceh. Adapun hasil linear regresi berganda dapat dilihat pada tabel 4.9 sebagai berikut:

**Tabel 4. 12**  
**Hasil Regresi Linear Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.785	1.033		2.696	0.008
Fasilitas (X1)	0.131	0.040	0.190	3.280	0.001
Komunikasi Interpersonal (X2)	0.444	0.040	0.648	11.198	0.000

Sumber : Data Diolah (2022)

Berdasarkan hasil output regresi melalui program SPSS yang terlihat pada tabel diatas maka dapat di masukan kedalam persamaan regresi linear berganda yaitu sebagai berikut:

$$Y = 2.785 + 0.131 X1 + 0.444 X2 + e \quad (4.1)$$

Dari model tersebut, dapat dijelaskan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen:

1. Hasil persamaan regresi linier berganda di atas di peroleh nilai konstanta sebesar 2.785 yang menunjukkan bahwa pada saat variabel independen Fasilitas (X1) dan Komunikasi Interpersonal (X2) bernilai 0 (nol) maka nilai Kepuasan Nasabah sebesar 2.785.
2. Nilai koefisien dari variabel Fasilitas yaitu sebesar 0,131, yang artinya jika nilai variabel Fasilitas ditingkatkan satu satuan maka akan meningkatkan nilai variabel kepuasan nasabah sebesar 0,131, sehingga dapat dinyatakan terjadi hubungan yang positif.

3. Kemudian nilai koefisien dari variabel Komunikasi Interpersonal yaitu sebesar 0,444, yang artinya jika nilai variabel komunikasi interpersonal ditingkatkan satu satuan maka akan meningkatkan nilai variabel kepuasan nasabah sebesar 0,444, sehingga dapat dinyatakan terjadi hubungan yang positif.

#### 4.6 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Uji koefisien determinasi atau uji R Square bertujuan menguji seberapa besar pengaruh fasilitas (X<sub>1</sub>) dan komunikasi interpersonal (X<sub>2</sub>) mempengaruhi variabel terikat kepuasan nasabah (Y). Jika nilai R Square mendekati 1 maka memiliki pengaruh yang besar terhadap kemampuan variabel bebas untuk mempengaruhi variabel terikat. Sebaliknya, jika variabel independen mendekati 0 maka tidak dapat mempengaruhi variabel dependen.

**Tabel 4. 13**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,795 <sup>a</sup>	,633	,630	1,86720

Sumber : Data Diolah (2022)

Dari Tabel 4.13 nilai R Square sebesar 0,633 atau 63.3%, oleh karena itu nilai koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 63.3% dari variabel independen fasilitas (X<sub>1</sub>) dan komunikasi interpersonal (X<sub>2</sub>) dapat mempengaruhi variabel dependen

kepuasan nasabah (Y). Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## 4.7 Hasil Uji Hipotesis

### 4.7.1 Hasil Uji Parsial (t)

Uji t bertujuan untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya pengaruh variabel bebas fasilitas ( $X_1$ ), dan komunikasi interpersonal ( $X_2$ ) secara parsial terhadap variabel terikat kepuasan nasabah (Y). Untuk melihat apakah variabel bebas mempengaruhi variabel terikat yaitu dengan membandingkan t hitung dan t tabel. Jika t hitung  $>$  t tabel dan taraf signifikansi  $<$  0,05 maka hipotesis diterima artinya variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat, dan sebaliknya. Adapun t tabel dalam penelitian ini dengan nilai  $n = 228$  dan alpha (5%), kemudian diperoleh t tabel yaitu sebesar 1,6515. Untuk lebih rinci dan jelas dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4. 14**  
**Hasil Uji Parsial (t)**

Variabel	T	Sig.
Fasilitas ( $X_1$ )	3.280	0,001
Komunikasi Interpersonal ( $X_2$ )	11.198	0,000

Sumber: Data Diolah (2022)

Berdasarkan Tabel 4.14 dapat dijelaskan bahwa:

1. Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Aceh  
Berdasarkan dari tabel 4.10 diatas fasilitas (X1) memiliki nilai t hitung sebesar 3,280 dan t tabel sebesar 1,6515 yang artinya t hitung  $>$  t tabel. Dan nilai signifikansi  $0.001 < 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 diterima yang artinya fasilitas (X1) memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Aceh (Y).
2. Pengaruh Komunikasi Interpersonal Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Aceh  
Berdasarkan dari tabel 4.10 diatas komunikasi interpersonal (X2) memiliki nilai t hitung sebesar 11,198 dan t tabel sebesar 1,6515 yang artinya t hitung  $>$  t tabel. Dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  sehingga dapat di simpulkan bahwa H2 diterima yang artinya komunikasi interpersonal (X2) memiliki pengaruh dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Aceh (Y).

#### **4.7.2 Hasil Uji Simultan (F)**

Uji statistik F adalah laju yang menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Dengan ketentuan apabila nilai F hitung  $>$  dari F tabel maka Hipotesis diterima, jika F hitung  $<$  dari F tabel maka Hipotesis ditolak.

**Tabel 4. 15**  
**Hasil Uji Simultan (F)**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1351.814	2	675.907	193.868	.000 <sup>b</sup>
	Residual	784.445	225	3.486		
	Total	2136.259	227			

Sumber: Data Diolah (2022)

Berdasarkan tabel diatas, terlihat bahwa nilai F hitung di dalam penelitian ini adalah sebesar 193,868 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Sedangkan untuk F tabel dalam penelitian ini dengan menggunakan taraf signifikansi 0,05, dan untuk derajat kebebasan (df):

$$df1 = k-1 = 3-1 = 2 \quad (4.2)$$

$$df2 = n-k = 228-3 = 225$$

Keterangan:

k = jumlah variabel

n = jumlah sampel

Berdasarkan derajat kebebasan dan signifikansi 0,05 maka nilai F tabel sebesar 3,0359. Hal ini menunjukkan F hitung (193,868) > F tabel (3,0359) dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05, dengan demikian H3 diterima artinya variabel fasilitas dan komunikasi interpersonal secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

## **4.8 Pembahasan Hasil Penelitian**

### **4.8.1 Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Aceh KCP UIN Ar-Raniry Studi Pada Mahasiswa KIP Kuliah UIN Ar-Raniry Banda Aceh**

Berdasarkan hasil uji parsial menunjukkan bahwa  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel yaitu sebesar  $3,280 > 1,6515$  dengan tingkat signifikan sebesar  $0,001 < 0,05$ . Sehingga  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak, yang menyatakan bahwa fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa KIP Kuliah UIN Ar-Raniry selaku nasabah pada Bank Aceh KCP UIN Ar-Raniry. Selain itu berdasarkan hasil uji regresi linear berganda menunjukkan variabel fasilitas ( $X_1$ ) memiliki nilai koefisien sebesar  $0,131$ . Hal ini menunjukkan arah pengaruh fasilitas terhadap kepuasan nasabah adalah positif, yaitu jika variabel fasilitas ditingkatkan satu satuan maka akan meningkatkan besarnya pengaruh terhadap variabel kepuasan nasabah  $13,1\%$ .

Hasil tersebut menunjukkan Bank Aceh KCP UIN Ar-Raniry telah berupaya memberikan fasilitas yang memadai untuk memenuhi kebutuhan nasabah. Sehingga nasabah dapat merasa nyaman dan puas saat melakukan transaksi. Fasilitas dapat mempengaruhi kepuasan mahasiswa KIP Kuliah UIN Ar-Raniry selaku nasabah pada Bank Aceh KCP UIN Ar-Raniry. Hal ini dapat disebabkan dengan Bank memberikan fasilitas yang baik mulai dari berupa tampilan gedung yang bagus yang didesain dengan menarik. Desain dari ruangan interior juga jadi salah satu faktor penting untuk menciptakan kenyamanan dan kepuasan bagi nasabah. Seperti ruangan yang tertata dengan rapi, menarik dan juga bersih.

Ketersediaan dari peralatan dan perlengkapan yang memadai juga dapat mempermudah dan membantu nasabah dalam menjalankan kegiatan transaksi seperti gedung dan fasilitas ATM berada di dalam lokasi UIN Ar-Raniry sehingga mudah untuk dijangkau oleh mahasiswa KIP Kuliah UIN Ar-Raniry.

Fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada nasabah. Kondisi fasilitas, desain interior dan eksterior juga kebersihan harus diperhatikan terutama yang berhubungan dengan yang nasabah rasakan secara langsung (Tjiptono, 2014:317). Fasilitas Bank Aceh KCP UIN Ar-Raniry juga merupakan salah satu tolak ukur dari pelayanan yang diberikan, serta cukup berpengaruh terhadap kepuasan nasabah yaitu mahasiswa KIP Kuliah UIN Ar-Raniry. Dengan tingkat fasilitas yang tersedia juga sangat memudahkan nasabah dalam beraktifitas serta nyaman untuk menggunakan fasilitas yang ada (Srijani, 2017).

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Fatmawati (2015), Rikky (2020) dan Nissa (2017), yang menyatakan bahwa fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Namun penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Oniansyah dkk (2019) yang berjudul Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah Pegadaian, yang mendapatkan hasil bahwa fasilitas tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, dimana meskipun semakin tinggi atau berkualitasnya fasilitas yang dimiliki oleh PT

Pegadaian seperti tempat duduk untuk antrian, AC, wifi, tempat parkir dan toilet, hal ini belum tentu memiliki dampak terhadap kepuasan nasabah

#### **4.8.2 Pengaruh Komunikasi Interpersonal Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Aceh KCP UIN Ar-Raniry Studi Pada Mahasiswa KIP Kuliah UIN Ar-Raniry Banda Aceh**

Berdasarkan hasil uji parsial menunjukkan bahwa nilai  $t$  hitung sebesar 11,198 dan  $t$  tabel sebesar 1,6515 yang artinya  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel. Dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  sehingga dapat di simpulkan bahwa  $H_2$  diterima dan  $H_0$  ditolak yang menyatakan komunikasi interpersonal berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa KIP Kuliah UIN Ar-Raniry selaku nasabah pada Bank Aceh KCP UIN Ar-Raniry. Selain itu berdasarkan hasil uji regresi linear berganda menunjukkan variabel komunikasi interpersonal ( $X_2$ ) memiliki nilai koefisien sebesar 0,444. Hal ini menunjukkan arah pengaruh komunikasi interpersonal terhadap kepuasan nasabah adalah positif, yaitu jika variabel komunikasi interpersonal ditingkatkan satu satuan maka akan meningkatkan pengaruh terhadap variabel kepuasan nasabah 44,4%.

Hasil tersebut menunjukkan Bank Aceh KCP UIN Ar-Raniry Banda Aceh telah berupaya dalam memberikan komunikasi interpersonal yang baik untuk memberikan kenyamanan bagi nasabah dalam bertransaksi. Penerapan komunikasi interpersonal secara baik akan menjadikan nasabah merasa sangat terbantu dalam berbagai hal. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin baik

komunikasi interpersonal yang diberikan karyawan bank yang secara langsung melayani nasabah dengan memperhatikan tutur kata yang baik, ramah dan sopan, juga dapat mengerti keinginan nasabah serta memberikan kejelasan dalam setiap produk yang digunakan hal ini dapat meningkatkan kepuasan nasabah itu sendiri.

Komunikasi interpersonal yaitu komunikasi yang berlangsung secara dialogis antara satu orang komunikator (yang menyampaikan pesan) dengan satu atau dua orang komunikan (yang menerima pesan). Komunikasi interpersonal erat kaitannya dalam memberikan pengaruh terhadap kepuasan nasabah yaitu mahasiswa KIP Kuliah UIN Ar-Raniry. Efektivitas komunikasi interpersonal terdapat pada hubungan antarpribadi yang terjalin atas tiga faktor yaitu saling percaya, sikap suportif, dan sikap terbuka (Engkoswara dan Aan, 2015:202).

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Agustinus dkk (2021) dan Novita dkk (2016) yang menyatakan bahwa komunikasi interpersonal berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

#### **4.8.3 Pengaruh Fasilitas dan Komunikasi Interpersonal Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Aceh KCP UIN Ar-Raniry Studi Pada Mahasiswa KIP Kuliah UIN Ar-Raniry Banda Aceh**

Hasil uji simultan untuk variabel independen fasilitas dan komunikasi interpersonal terhadap kepuasan nasabah menunjukkan

bahwa nilai  $F$  hitung  $> F$  tabel yaitu  $193,868 > 3,0359$  dengan nilai signifikansi  $F$   $0,000 < 0,05$ . sehingga dapat di simpulkan bahwa  $H_3$  diterima dan  $H_0$  ditolak yang menyatakan fasilitas dan komunikasi interpersonal secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa KIP Kuliah UIN Ar-Raniry selaku nasabah pada Bank Aceh KCP UIN Ar-Raniry. Dan berdasarkan dari persamaan regresi linier berganda diperoleh nilai konstanta sebesar 2,785, hal ini menunjukkan bahwa pada saat variabel fasilitas ( $X_1$ ) dan komunikasi interpersonal ( $X_2$ ) bernilai 0 (nol) maka nilai kepuasan nasabah sebesar 2,785.

Fasilitas dan komunikasi interpersonal secara bersama-sama dapat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hal ini disebabkan dimana Bank Aceh mempunyai fasilitas yang baik dan lengkap seperti ruang tunggu yang nyaman, bersih dan tertata dengan rapi juga perlengkapan yang memadai dan di ikuti dengan pemberian kualitas komunikasi yang bagus, mudah dimengerti dan jelas, hal tersebut dapat menciptakan kepuasan bagi nasabah.

Jika dilihat dari nilai koefisien determinasi  $R^2$  (*Adjusted R Square*) yang dihasilkan dari hasil uji penelitian ini yaitu sebesar 63,3% maka tidak heran kalau kedua faktor yang digunakan dalam penelitian ini secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan dan menjadi salah satu faktor yang sangat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan sisanya yaitu 36,7% dipengaruhi oleh faktor variabel lain diluar penelitian ini, dapat berupa variabel kualitas pelayanan (Oniansyah dkk, 2019), citra merk (Heriyanto

dkk, 2021), Mutu Pelayanan (Putri, 2016), Nilai Produk (Muhtadi dkk, 2020), Promosi (Zulvina, 2022), Kualitas Produk (Novita dkk, 2016) dan lainnya.



## **BAB V PENUTUP**

### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian yang dilakukan mengenai pengaruh fasilitas dan komunikasi interpersonal terhadap kepuasan mahasiswa KIP Kuliah UIN Ar-Raniry Banda Aceh selaku nasabah pada Bank Aceh KCP UIN Ar-Raniry, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa KIP Kuliah UIN Ar-Raniry selaku nasabah pada Bank Aceh KCP UIN Ar-Raniry. Hal ini disebabkan karena dengan Bank memberikan tampilan fisik yang bagus dan dukungan fasilitas yang lengkap dapat memberikan kepuasan bagi mahasiswa KIP Kuliah selaku nasabah pada Bank Aceh.
2. Variabel komunikasi interpersonal berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa KIP Kuliah UIN Ar-Raniry selaku nasabah pada Bank Aceh KCP UIN Ar-Raniry. Hal ini disebabkan karena Bank selalu memberikan sikap ramah dan sopan kepada mahasiswa KIP Kuliah UIN Ar-Raniry ketika berkomunikasi.
3. Fasilitas dan komunikasi interpersonal secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa KIP Kuliah UIN Ar-Raniry selaku nasabah pada Bank Aceh KCP UIN Ar-Raniry. Hal ini disebabkan

dengan memberikan fasilitas yang baik dan lengkap seperti ruang tunggu yang nyaman, bersih dan tertata dengan rapi juga perlengkapan yang memadai dan di ikuti dengan pemberian kualitas komunikasi yang bagus, mudah dimengerti dan jelas, hal tersebut dapat menciptakan kepuasan bagi nasabah.

## **5.2 Saran**

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka peneliti memberikan beberapa saran yang dapat dipertimbangkan ialah :

1. Bagi Bank Aceh, dalam upaya menciptakan kepuasan nasabah dalam hal ini mahasiswa KIP Kuliah UIN Ar-Raniry diharapkan kepada pihak Bank dapat meningkatkan fasilitas dengan menyediakan berupa fasilitas khusus ketika mahasiswa KIP Kuliah melakukan pembukaan buku rekening. Seperti memiliki alternative dalam memfasilitasi ruangan yang kurang memadai karena jumlah nasabah yang cukup banyak. Seperti mendirikan tratak khusus untuk mahasiswa KIP Kuliah dan juga membagi mahasiswa KIP Kuliah dalam beberapa kelompok bagian untuk melakukan pembukaan rekening baru.
2. Bagi para peneliti selanjutnya, diharapkan dapat menambahkan variabel-variabel lainnya yang kiranya dapat memperluas penelitian ini, serta diharapkan pula agar penelitian ini bisa dikembangkan lagi untuk mencapai hasil

penelitian yang lebih baik. Variabel-variabel lainnya dapat seperti Variabel Kualitas Pelayanan, Citra Merk, Mutu Pelayanan, Nilai Produk, Promosi, Kualitas Produk dan lainnya.



## DAFTAR PUSTAKA

- Achmadi, A. & Narbuko, C. (2013). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Al-Arif, N. R. (2010). *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Andjani, M. D & Mubarak (2014). *Komunikasi Antarpribadi Dalam Masyarakat Majemuk*. Jakarta: Dapur Buku.
- Aw, S. (2011). *Komunikasi Interpersonal*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Cangara, H. (2014). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo.
- DeVito, J. A. (2011). *Komunikasi Antar Manusia Edisi 5*. Jakarta: Karisma Publishing.
- DeVito, J. A. (2013). *The Interpersonal Communication Book Edisi 13*. USA: Pearson Education, Inc.
- DeVito, J. A. (2015). *Human Communication : The Basic Course Edisi 13*. USA: Pearson Education, Inc.
- Engkoswara dan Aan. (2015). *Administrasi Pendidikan*. Bandung: Alfabeta CV.
- Fakrun, A. (2019). Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bri Syariah Ponorogo. *Skripsi*. Ponorogo: IAIN Ponorogo.
- Fatmawati, I. (2015). Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah di Lembaga Keuangan Mikro Syariah. *Skripsi*. Salatiga: IAIN Salatiga.
- Fawwaz, M. (2020). Analisis Pelayanan BTN Syariah Terhadap Kepuasan Mahasiswa BIDIKMISI UINSU. *Skripsi*. Medan: Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Hasbiati. (2022). Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Kota Palopo. *Skripsi*. Palopo: Institut Agama Islam Negeri Palopo.
- Hefni, H. (2017). *Komunikasi Islam*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Heriyanto, A. Y. B., Ranti, M., Rojikun, A., & Hernaningsih, F. (2021). Pengaruh Komunikasi Interpersonal, Kualitas Pelayanan Customer Service Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pengguna Aplikasi BRImo. *Ekonomika*, 14(2), 258-277.
- Islami, D. I. (2013). Konsep Komunikasi Islam Dalam Sudut Pandang Formula Komunikasi Efektif. *Wacana*, 12(1), 41-66.
- Julius, Y. (2016). *Manajemen Pemasaran (Mode Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Kasmir. (2000). *Manajemen Perbankan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kasmir. (2004). *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana.
- Kasmir. 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori dan Praktek)*. Medan : Rajagrafindo Persada.
- Khalil, A. I. (2016). The Islamic Perspective of Interpersonal Communication. *Journal of Islamic Studies and Culture*, 4(2), 22-37.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2016). *Manajemen Pemasaran edisii 12*. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Kusnadi. (2014). Komunikasi dalam Al-Qur'an (Studi Analisis Komunikasi Interpersonal Pada Kisah Ibrahim). *Intizar*, 20(2), 267-284.
- Lovelock, C., Wirtz, J., & Mussry, J. (2011). *Pemasaran Jasa Edisi 7*. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, R. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.

- Muhtadi, M. F., Rahmawati, E., & Utomo, S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Nilai Produk Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Nasabah Tabungan Mudharabah Al Barakah Di Bank Kalsel Kantor Cabang Syariah Banjarmasin). *Jurnal Bisnis Dan Pembangunan*, 9(2), 14-25.
- Mulyana, D. (2002). *Ilmu Komunikasi, Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Na'imah, T., & Septiningsih, D.S. (2019). Komunikasi Interpersonal Dalam Kajian Islam. In *Seminar Nasional Prodi PAI UMP, Universitas Muhammadiyah Purwokerto, Jawa Tengah, Indonesia*, 217-226
- Nofinawati. (2014). Akad dan Produk Perbankan Syariah. *Jurnal Kajian Ilmu-Ilmu Keislaman*, 8(2), 219-234.
- Noor, J. (2011). *Metode Penelitian : Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmiah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Novita, A. C., Tumbuan, W. J., & Maria, V. J. Tielung. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Komunikasi Interpersonal terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Sulutgo Cabang Utama Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(1), 728-737.
- Nurudin. (2016). *Ilmu Komunikasi Ilmiah dan Populer*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Oetama, S., & Sari, D. H. (2017). Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt. Bank Mandiri (Persero) Tbk Di Sampit. *Jurnal Terapan Manajemen dan Bisnis*, 3(1), 59-65.
- Oniansyah., Ananda, N. A. & Rizqi, R. M. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah Pegadaian. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2(2), 17-27.
- Palenewen, P. (2014). Kualitas Layanan Dan Fasilitas Terhadap Loyalitas Nasabah Bank BRI Cabang Pembantu. *Jurnal EMBA*, 2(3).

- Produk dan Layanan Bank Aceh. (2022). Diakses tanggal 28 oktober jam 17.00 wib dari situs: [https://www.bankaceh.co.id/?page\\_id=15](https://www.bankaceh.co.id/?page_id=15)
- Putri, N. H. (2016). Pengaruh Komunikasi Interpersonal dan Mutu Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah. *Psikoborneo*, 4, 198-204.
- Rikky. (2020). Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT Bank Negara Indonesia. *Skripsi*. Batam: Universitas Putera Batam.
- Rumengan, J. (2013). *Statistik Penelitian*. Bandung: Citapustaka Media Perintis.
- Sangadji, E.M., Shopia. (2013). *Prilaku Konsumen : Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sejarah Singkat Bank Aceh. (2022). Diakses tanggal 28 oktober jam 16.00 wib dari situs: [https://www.bankaceh.co.id/?page\\_id=82](https://www.bankaceh.co.id/?page_id=82)
- Sholichah, A.M. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Sudirman 2 Ngawi. *Skripsi*. Ponorogo: IAIN Ponorogo.
- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif : Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS edisi 1*. Jakarta: Kencana.
- Siska, A. (2017). Pengaruh Fasilitas, Kualitas Jasa dan Diferensiasi Terhadap Kepuasan Wisatawan Menara Kudus. *Skripsi*. Kudus: STAIN Kudus
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Srijani, N. & Hidayat, A.S. (2017). Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Aston Madiun Hotel & Conference Center. *Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi*, 7, 31-38.

- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2013). *Teori, Kuesioner, dan Analisis Data untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Tentang Syariah (2022). Diakses tanggal 21 Juli jam 21.00 wib dari situs: <https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/tentang-syariah/pages/sejarah-perbankan-syariah.aspx>
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa (Prinsip, penerapan Penelitian)*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2018). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Visi, Misi dan Motto Bank Aceh. (2022). Diakses tanggal 28 oktober jam 16.30 wib dari situs: [https://www.bankaceh.co.id/?page\\_id=98](https://www.bankaceh.co.id/?page_id=98)
- Wahid, N. (2021). *Perbankan Syariah: Tinjauan Hukum Normatif dan Hukum Positif*. Jakarta: Prenada Media.
- Wood, J. T. (2013). *Komunikasi Interpersonal : Interaksi Keseharian*. (R. D. Setiawan, Trans.) Jakarta: Salemba Humanika.

## LAMPIRAN

### Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

#### A. Biodata Responden

Silahkan beri tanda centang (√) pada jawaban yang saudara/I pilih pada kolom jawaban yang telah disediakan:

1. Nama : .....

2. Jenis Kelamin :  Laki-laki  Perempuan

3. Fakultas :  Dakwah dan Komunikasi  
 Ilmu Sosial dan Politik  
 Ekonomi dan Bisnis Islam  
 Tarbiyah dan Keguruan  
 Syariah dan Hukum  
 Ushuluddin  
 Sains dan Teknologi  
 Adab dan Humaniora  
 Psikologi

4. Angkatan :  2018  2020  
 2019  2021

## B. Item Pernyataan

- 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 :

STS = Sangat Tidak Setuju

TS = Tidak Setuju

R = Ragu-ragu

S = Setuju

SS = Sangat Setuju

### Pernyataan Untuk Variabel Fasilitas (X1)

No	Indikator	Pernyataan	STS	TS	R	S	SS
1	Pertimbangan atau Perencanaan Spasial	a. Bank memiliki tampilan gedung yang bagus					
		b. Bank memiliki tampilan ruangan yang tertata dengan rapi					
		c. Bank memiliki area parkir yang cukup luas					
2	Perencanaan Ruang	a. Bank memiliki ruang tunggu yang bersih					
		b. Bank memiliki ruang tunggu yang nyaman bagi nasabahnya					
		c. Fasilitas ruangan di desain dengan suasana yang menarik					

3	Perlengkapan dan Peralatan	a. Tersedia petunjuk pelayanan nasabah					
		b. Bank memiliki perangkat peralatan yang cukup dan baik untuk melayani nasabah (seperti komputer, pena, meja yang rapi), dll.					
		c. Bank memiliki fasilitas ATM yang tersebar luas					

### Pernyataan Untuk Variabel Komunikasi Interpersonal (X2)

No	Indikator	Pernyataan	STS	TS	R	S	SS
1	Keterbukaan	Karyawan bank menjelaskan jenis produk tabungan yang akan digunakan					
		Karyawan bank menjelaskan kelebihan dan kekurangan produk yang digunakan					
2	Empati	Karyawan bank dapat mengerti keinginan nasabah					
3	Sikap Mendukung	Adanya komunikasi timbal balik antara nasabah dan karyawan bank					
		Adanya komunikasi alternative					
4	Rasa Positif	Karyawan bank berbicara dengan ramah dan sopan					
5	Kesetaraan	Menjalin suatu komunikasi yang baik					

### Pernyataan Untuk Variabel Kepuasan (Y)

No	Indikator	Pernyataan	STS	TS	R	S	SS
1	Kepuasan Nasabah Keseluruhan	Bank aceh memberikan pelayanan yang baik dan memuaskan					
2	Konfirmasi Harapan	Fasilitas yang didapat nasabah sesuai dengan yang diharapkan					
3	Niat Beli Uang	Diwaktu yang akan datang nasabah akan melakukan pembelian jasa ulang kembali					
4	Kesediaan Untuk Merekomendasikan	Kondisi lingkungan fisik menunjang sehingga nasabah akan merekomendasikan pada orang lain					
5	Ketidakpuasan Nasabah	Nasabah tidak akan berpaling dari produk/jasa pada bank aceh					

## Lampiran 2 Tabulasi Jawaban Responden

### a. Variabel Fasilitas

No	XIP1	XIP2	XIP3	XIP4	XIP5	XIP6	XIP7	XIP8	XIP9
1	4	4	2	4	4	3	5	3	5
2	4	4	3	5	4	5	3	4	5
3	4	4	4	4	4	2	2	2	2
4	5	4	4	4	4	4	4	5	5
5	4	4	3	3	3	4	4	4	5
6	4	5	5	4	4	5	4	5	4
7	5	5	4	4	4	3	3	4	4
8	5	5	5	5	4	5	5	5	4
9	4	5	4	4	4	2	3	4	3
10	3	4	4	4	4	4	4	4	4
11	5	5	5	5	4	4	5	5	5
12	4	4	3	5	4	4	3	4	4
13	3	4	3	4	4	4	4	4	4
14	4	4	5	5	4	4	4	4	4
15	5	5	4	5	5	5	3	5	5
16	4	4	4	4	4	3	4	5	4
17	4	3	2	4	4	2	4	4	3
18	4	5	4	4	4	3	4	4	3
19	3	3	3	3	3	3	2	4	4
20	5	4	4	4	4	4	4	5	5
21	5	5	4	5	5	5	5	4	5
22	4	5	4	5	5	4	5	5	5
23	4	4	5	5	4	4	4	5	4
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4
25	5	5	4	5	4	4	4	4	5
26	4	5	1	4	4	5	3	5	4
27	4	5	5	4	5	4	4	5	4
28	5	4	5	5	4	4	4	4	4
29	4	5	1	3	4	4	4	4	3
30	4	4	3	4	4	3	4	3	4
31	4	4	3	4	3	3	2	3	4
32	5	4	3	5	5	4	4	3	4
33	4	4	4	4	4	4	3	4	3
34	5	4	4	4	3	3	4	4	3
35	4	5	4	4	5	4	5	5	4
36	4	5	4	4	5	4	4	4	4
37	4	5	4	5	5	3	5	5	5
38	4	4	3	4	4	3	1	3	4
39	5	5	5	5	5	5	5	5	5
40	5	5	4	5	5	4	5	5	5
41	5	5	5	5	5	5	5	4	4
42	5	5	4	4	5	4	5	5	5
43	4	4	3	4	3	4	4	4	5
44	4	4	3	4	5	5	5	5	4
45	4	4	3	4	4	3	3	3	4
46	4	4	4	4	4	4	4	4	1
47	4	4	3	4	4	4	4	4	4
48	4	5	3	4	4	4	4	4	4
49	4	4	4	4	4	4	4	4	4
50	4	4	3	4	5	4	3	4	5
51	4	4	3	5	3	3	4	4	3
52	4	4	4	4	4	3	4	4	4
53	4	4	3	4	4	4	4	4	4
54	4	4	4	4	4	4	4	4	5

55	4	4	3	5	5	4	5	4	5
56	4	4	4	4	4	3	5	5	5
57	3	4	3	5	5	4	4	4	5
58	4	4	3	5	4	2	3	4	5
59	4	5	2	4	5	4	4	4	5
60	5	4	4	5	4	4	3	4	5
61	4	4	4	3	3	4	4	4	4
62	5	4	5	5	4	5	5	5	4
63	4	5	4	5	5	4	3	4	5
64	4	4	2	4	4	5	5	4	5
65	4	4	4	4	4	4	4	4	5
66	3	3	3	3	4	3	3	4	2
67	4	4	3	4	4	3	4	4	3
68	5	5	4	5	4	4	5	4	4
69	4	4	4	5	4	3	3	4	2
70	4	4	5	5	4	4	4	4	5
71	4	4	4	5	4	4	4	4	2
72	4	4	3	4	4	4	4	4	4
73	4	4	3	4	4	4	3	4	4
74	5	5	4	4	5	5	5	5	4
75	4	4	4	4	4	4	3	3	4
76	4	5	3	4	4	4	4	4	5
77	4	4	3	2	5	2	4	3	5
78	5	5	5	5	5	5	5	5	5
79	4	5	4	4	4	4	5	5	4
80	3	3	4	3	3	2	2	3	3
81	5	5	3	4	4	3	4	5	5
82	5	5	4	4	4	4	5	5	4
83	4	4	4	4	4	3	4	4	3
84	4	4	2	4	4	2	5	5	5
85	4	4	4	4	4	4	4	4	5
86	5	5	5	5	5	4	4	4	4
87	3	4	3	5	5	4	4	4	5
88	4	4	4	5	5	5	4	5	4
89	4	5	3	5	5	4	4	5	5
90	5	5	3	5	3	3	2	3	3
91	3	3	4	4	4	4	4	4	4
92	4	4	2	4	5	4	3	3	2
93	4	4	3	4	4	3	4	4	3
94	4	4	4	4	4	3	5	4	5
95	4	4	4	5	5	4	4	5	5
96	4	4	4	5	3	5	4	5	5
97	4	4	3	4	4	4	4	5	4
98	4	4	4	4	4	4	3	4	4
99	5	4	3	4	3	4	3	4	4
100	4	5	3	5	5	4	3	4	4
101	3	5	2	4	5	3	4	4	4
102	4	4	5	4	4	4	2	3	3
103	4	4	4	4	4	4	3	4	5
104	4	5	5	4	4	4	4	4	4
105	4	4	3	4	4	4	4	4	4
106	4	4	4	5	5	3	4	4	4
107	4	4	4	4	4	4	4	4	4
108	4	4	4	4	5	5	4	4	5
109	5	4	3	4	4	4	4	5	5
110	4	4	3	4	3	3	4	3	3
111	4	4	5	4	3	4	4	3	5
112	4	4	4	3	4	4	4	4	4
113	5	5	4	5	5	4	4	4	4
114	4	4	4	4	5	4	4	5	5

115	4	4	4	4	4	3	3	5	4
116	4	4	5	5	5	4	5	5	5
117	4	5	4	5	4	5	4	4	4
118	4	4	3	3	3	3	3	3	4
119	4	4	4	4	3	3	4	3	5
120	2	1	2	1	1	1	2	2	2
121	4	5	3	4	4	3	3	3	3
122	4	4	4	4	4	3	4	3	3
123	4	4	4	4	4	4	4	4	4
124	3	3	2	3	3	3	3	3	4
125	5	5	5	5	5	4	4	5	3
126	4	4	4	4	4	5	5	4	3
127	5	5	4	5	5	4	4	5	5
128	3	3	2	3	3	3	3	3	2
129	4	4	5	5	5	4	4	5	4
130	5	5	4	5	5	5	5	5	5
131	4	4	4	4	4	4	4	4	4
132	3	4	4	4	4	2	3	4	3
133	4	4	4	4	5	5	5	5	5
134	4	5	5	5	5	4	5	5	4
135	4	4	4	4	3	3	2	3	2
136	4	5	4	5	4	4	5	5	5
137	5	5	3	5	5	5	5	5	5
138	5	5	5	5	5	4	5	5	5
139	4	4	3	4	4	4	4	4	4
140	4	4	5	4	4	5	4	4	4
141	4	4	3	4	4	4	5	5	4
142	3	3	4	4	4	2	1	3	3
143	4	4	4	4	4	4	4	4	5
144	4	4	2	4	4	4	4	4	4
145	5	4	3	5	4	3	5	4	4
146	5	4	3	4	4	4	4	4	4
147	4	4	2	4	4	4	2	2	3
148	5	4	4	5	5	4	4	4	5
149	4	4	5	4	4	5	4	5	4
150	4	5	5	5	5	5	5	5	5
151	4	4	5	4	4	3	4	5	5
152	5	4	4	5	5	4	4	4	3
153	4	4	4	4	4	3	4	4	4
154	3	5	5	4	4	5	4	4	5
155	5	5	4	5	5	4	5	4	4
156	4	5	5	5	4	4	5	5	5
157	5	5	5	5	5	5	5	5	5
158	4	4	5	5	4	3	1	4	4
159	4	4	2	3	4	3	3	2	4
160	5	5	3	5	5	4	4	5	4
161	5	5	5	5	5	5	5	5	5
162	4	4	4	5	5	4	5	5	4
163	4	4	3	4	4	4	5	3	4
164	4	4	4	4	4	4	5	4	5
165	5	5	4	4	5	4	4	5	5
166	5	4	4	4	5	5	4	5	5
167	4	4	4	4	4	3	4	4	4
168	4	3	3	5	4	4	5	5	3
169	1	1	2	1	2	1	1	1	2
170	4	4	4	4	4	3	4	4	4
171	4	4	4	4	4	4	4	4	4
172	4	4	5	5	4	4	4	5	4
173	4	5	5	5	5	5	5	5	5
174	2	1	5	3	3	3	3	4	3

175	3	5	5	5	5	3	4	4	5
176	4	5	4	4	5	4	3	3	5
177	3	3	5	5	5	4	5	5	5
178	5	4	4	4	4	4	4	5	5
179	3	4	5	5	5	4	4	5	5
180	4	4	4	4	4	4	4	4	4
181	3	5	3	4	4	4	5	5	5
182	3	5	2	5	5	4	4	5	5
183	4	5	4	5	5	4	4	5	5
184	5	5	4	5	3	3	4	5	5
185	4	5	4	5	5	3	4	5	5
186	5	4	5	5	5	3	4	5	5
187	5	5	4	5	5	3	4	4	5
188	4	4	3	5	4	4	4	5	5
189	5	4	4	5	4	4	5	5	5
190	3	3	4	5	4	4	5	5	5
191	3	4	4	4	3	3	4	5	5
192	4	4	5	5	4	3	4	4	5
193	3	3	4	5	4	3	5	5	5
194	4	4	4	5	4	3	3	4	4
195	5	5	4	5	4	3	3	4	5
196	4	4	4	5	5	3	4	5	5
197	3	4	3	5	5	3	4	5	5
198	4	5	4	5	5	4	4	4	5
199	4	5	3	4	5	3	4	4	4
200	4	4	4	4	4	4	4	4	4
201	3	4	4	5	5	3	4	5	5
202	4	4	5	5	5	4	4	5	5
203	4	4	4	5	5	3	4	4	5
204	4	4	3	4	4	4	4	5	5
205	4	3	3	5	5	5	4	5	5
206	3	4	3	5	4	3	4	4	5
207	4	4	3	4	4	2	3	5	5
208	4	4	4	5	5	3	4	4	5
209	4	4	3	5	5	3	3	4	5
210	4	3	3	5	5	3	4	4	5
211	4	4	3	5	5	4	3	4	5
212	4	4	3	5	4	3	4	4	4
213	4	4	4	5	5	3	4	4	5
214	4	4	3	4	5	3	4	5	5
215	5	5	4	5	5	4	3	4	4
216	4	4	3	4	5	3	4	4	5
217	3	4	4	5	5	4	4	4	5
218	4	4	4	5	5	3	4	5	5
219	4	4	3	5	5	4	4	5	5
220	5	5	5	5	4	5	4	5	5
221	4	4	4	5	5	4	4	4	4
222	4	4	4	4	4	2	3	4	4
223	4	4	2	4	4	4	4	4	4
224	4	4	2	4	4	2	2	4	5
225	5	4	4	5	5	4	4	4	3
226	4	4	4	4	4	3	4	4	4
227	3	4	3	4	4	4	4	4	4
228	5	4	3	5	4	3	5	4	4

## b. Variabel Komunikasi Interpersonal dan Kepuasan Nasabah

No	X2P1	X2P2	X2P3	X2P4	X2P5	X2P6	X2P7	YP1	YP2	YP3	YP4	YP5
1	2	2	5	5	4	3	4	4	4	4	3	2
2	2	2	4	5	3	5	4	5	4	4	3	3
3	4	2	4	2	3	4	4	4	4	3	3	2
4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5
5	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3
6	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
8	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
9	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4
10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
12	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3
13	3	2	2	4	4	4	4	3	4	3	4	3
14	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5
15	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
16	4	2	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4
17	4	3	3	4	4	5	5	5	5	5	4	5
18	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4
19	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
25	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5
26	4	4	3	2	2	5	4	5	4	3	3	1
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
28	4	3	4	3	3	5	4	3	3	3	3	3
29	3	2	2	2	3	4	4	3	4	3	3	2
30	4	4	3	4	4	3	4	4	5	4	5	5
31	4	3	2	2	2	4	4	3	3	3	3	3
32	5	4	3	2	2	5	4	4	3	4	4	2
33	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	5	4
34	3	5	3	4	4	4	3	5	3	5	3	4
35	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
36	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3
37	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4
38	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4
39	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
40	5	4	4	3	3	5	5	4	4	3	3	3
41	4	4	5	5	3	4	5	4	4	4	4	4
42	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4
43	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4
44	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	5
45	4	4	3	4	2	4	3	4	4	2	4	4
46	2	2	2	2	3	3	3	4	3	3	3	3
47	4	3	4	4	4	4	5	4	3	3	4	3
48	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4
49	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
50	3	2	2	3	2	3	3	4	3	3	3	3
51	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	5
52	4	3	3	4	3	5	4	4	4	4	3	3
53	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3
54	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
55	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	3
56	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4
57	3	3	4	3	5	5	5	4	4	3	4	3

58	2	2	3	3	3	4	4	4	3	2	3	2
59	2	2	4	4	4	5	5	4	5	3	3	3
60	3	3	3	3	3	4	3	2	4	4	2	2
61	4	4	5	4	4	5	5	5	3	3	4	4
62	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5
63	3	3	5	4	3	5	4	5	4	4	4	3
64	2	2	3	2	2	4	3	3	4	1	2	1
65	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3	2
66	4	3	3	5	4	5	5	3	3	5	3	3
67	4	4	4	3	4	3	3	4	5	4	4	3
68	4	5	5	5	5	5	4	4	3	4	4	4
69	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4
70	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	3
71	4	3	2	4	4	4	4	4	4	3	5	3
72	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
73	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3
74	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4
75	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4
76	4	3	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4
77	3	5	5	5	5	3	3	2	3	3	3	3
78	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
79	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
80	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3
81	4	3	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5
82	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4
83	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	3	5
84	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	3
85	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
86	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	2
87	3	3	5	4	5	5	4	5	4	3	4	3
88	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
89	3	3	4	4	4	5	5	4	5	4	4	3
90	3	2	3	3	3	5	5	3	3	3	3	3
91	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3
92	2	2	2	4	3	4	4	3	3	3	3	3
93	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5
94	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5
95	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
96	2	2	3	2	3	4	4	3	4	3	2	3
97	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4
98	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
99	3	4	3	4	3	2	4	4	4	4	3	4
100	3	3	4	4	4	4	4	4	3	1	3	3
101	3	3	2	4	4	4	4	3	3	3	4	3
102	3	2	2	3	3	3	2	3	4	3	3	4
103	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4
104	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	2	5
105	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
106	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4
107	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
108	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5
109	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4
110	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3
111	4	3	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4
112	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
113	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
114	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4
115	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
116	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4
117	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4

118	2	2	2	2	2	3	3	2	3	3	3	3
119	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4
120	3	3	3	2	2	1	2	2	2	2	3	1
121	2	2	2	1	2	2	2	2	3	3	3	4
122	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3
123	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4
124	4	4	3	3	3	3	3	4	4	2	2	4
125	5	3	4	3	4	5	5	4	4	4	4	4
126	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4
127	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5
128	3	2	3	2	2	3	2	2	3	2	3	2
129	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4
130	3	2	2	4	4	3	4	5	5	5	5	5
131	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
132	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3
133	5	4	5	4	3	5	5	5	5	2	3	5
134	4	3	4	4	3	5	5	5	4	3	4	4
135	3	2	2	3	2	4	3	3	3	3	2	5
136	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4
137	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
138	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3
139	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4
140	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4
141	3	3	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4
142	1	1	2	2	2	2	2	2	2	3	2	1
143	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
144	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
145	4	3	4	4	3	5	4	4	3	5	4	4
146	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
147	2	1	2	1	2	1	1	1	2	3	3	2
148	3	3	3	4	4	5	4	5	5	5	5	3
149	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4
150	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
151	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4
152	4	3	2	5	4	4	5	5	4	4	5	3
153	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4
154	3	3	4	4	3	5	5	5	4	5	4	3
155	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5
156	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4
157	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
158	3	4	3	3	2	1	2	2	3	2	3	2
159	3	3	3	3	3	4	5	4	4	3	2	3
160	5	4	3	5	3	5	5	4	4	3	3	3
161	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
162	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4
163	4	5	5	4	4	5	5	4	5	3	5	4
164	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	3	5
165	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4
166	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4
167	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3
168	4	2	3	4	1	5	4	5	4	3	4	4
169	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2
170	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4
171	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
172	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4
173	5	5	5	5	5	5	5	4	5	3	3	5
174	2	3	3	3	3	2	1	2	3	3	3	3
175	3	3	3	4	3	5	5	4	5	4	4	3
176	3	3	4	4	4	5	5	5	4	4	3	3
177	3	3	4	4	4	5	5	4	4	4	3	3

178	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3
179	3	3	4	3	3	5	5	5	5	4	3	3
180	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
181	3	2	4	4	3	5	5	5	5	4	3	2
182	3	3	5	4	4	5	5	5	3	3	4	4
183	3	2	4	3	3	5	5	5	4	4	4	4
184	3	3	4	3	3	5	5	5	5	4	4	4
185	4	4	3	3	3	5	5	5	4	5	4	4
186	4	4	5	5	3	5	4	4	4	3	4	3
187	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	3
188	3	3	4	4	3	5	5	4	4	4	4	3
189	4	4	3	3	4	5	5	5	5	4	4	3
190	4	4	3	4	3	5	5	5	4	4	4	3
191	3	3	4	4	3	5	4	5	5	4	4	4
192	4	4	4	4	3	5	5	5	5	4	4	4
193	3	3	3	4	3	5	5	5	4	4	3	3
194	4	4	3	5	3	4	4	5	5	4	4	4
195	4	4	3	4	3	5	5	5	5	5	4	4
196	4	4	3	4	4	5	4	5	4	4	3	3
197	3	3	4	4	3	5	4	5	4	5	4	3
198	3	4	4	5	4	5	4	5	5	5	3	3
199	4	3	5	4	3	4	4	5	5	4	4	4
200	4	4	4	3	3	3	4	4	4	5	4	5
201	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4
202	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3
203	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	3	5
204	4	4	5	4	3	5	4	5	4	4	4	4
205	3	3	5	4	3	4	4	4	5	4	4	4
206	2	2	4	3	3	5	5	5	4	4	4	4
207	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5
208	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4
209	3	3	4	4	3	5	5	5	5	4	3	3
210	4	4	4	4	3	5	4	5	5	4	4	4
211	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	3
212	4	4	4	5	3	5	4	5	5	5	4	4
213	3	3	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4
214	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	3
215	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4
216	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3
217	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5
218	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	3	4
219	3	3	4	4	3	5	4	4	4	4	3	5
220	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
221	4	4	3	4	3	4	4	5	5	4	4	4
222	4	3	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5
223	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
224	3	2	2	3	3	3	4	4	4	3	4	5
225	4	3	2	5	4	4	5	5	4	4	5	3
226	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4
227	3	2	2	4	4	4	4	3	4	3	4	3
228	4	3	4	4	3	5	4	4	3	5	4	4

## Lampiran 3 Uji Validitas

### a. Variabel Fasilitas (X1)

Item-Total Statistics				Cronbach's
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
PERNYATAAN 1	32.60	16.681	.483	.821
PERNYATAAN 2	32.48	16.145	.573	.812
PERNYATAAN 3	32.96	16.241	.377	.836
PERNYATAAN 4	32.33	15.711	.641	.805
PERNYATAAN 5	32.43	16.052	.583	.811
PERNYATAAN 6	32.97	15.572	.545	.814
PERNYATAAN 7	32.77	15.175	.575	.811
PERNYATAAN 8	32.47	15.308	.665	.801
PERNYATAAN 9	32.43	15.752	.480	.823

### b. Variabel Komunikasi Interpersonal (X2)

Item-Total Statistics				Cronbach's
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
PERNYATAAN 1	23.20	15.237	.682	.866
PERNYATAAN 2	23.42	14.588	.692	.865
PERNYATAAN 3	23.19	14.832	.689	.865
PERNYATAAN 4	23.02	14.744	.715	.862
PERNYATAAN 5	23.32	15.063	.685	.866
PERNYATAAN 6	22.68	15.345	.612	.875
PERNYATAAN 7	22.82	15.599	.634	.872

### c. Variabel Kepuasan Nasabah (Y)

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PERNYATAAN 1	15.39	6.054	.675	.785
PERNYATAAN 2	15.48	6.445	.669	.789
PERNYATAAN 3	15.76	6.323	.621	.800
PERNYATAAN 4	15.75	6.415	.639	.796
PERNYATAAN 5	15.84	6.145	.565	.820

## Lampiran 4 Uji Reabilitas

### a. Variabel Fasilitas (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.832	9

### b. Variabel Komunikasi Interpersonal (X2)

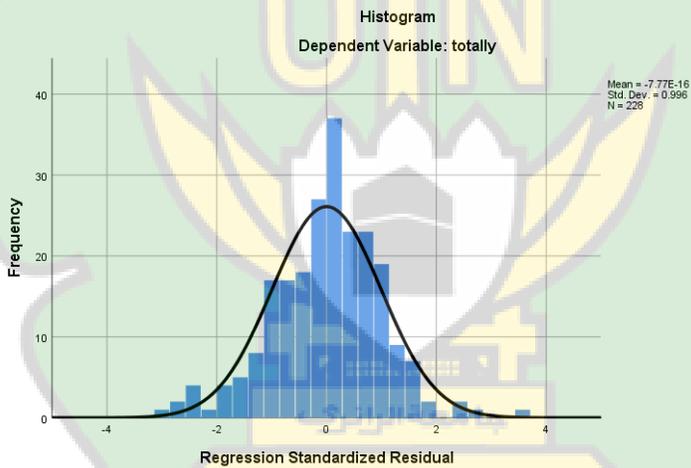
Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.884	7

### c. Variabel Kepuasan Nasabah (Y)

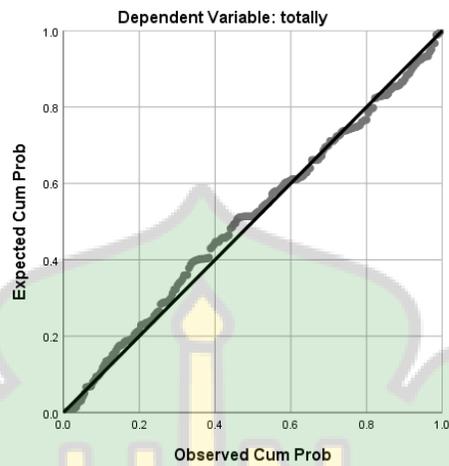
Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.832	5

## Lampiran 5 Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



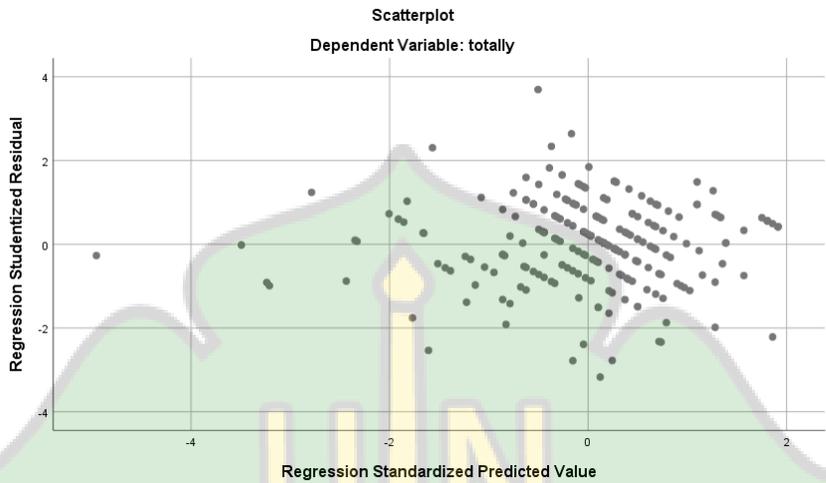
**b. Uji Multikolinieritas**

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.785	1.033		2.696	.008		
	totalX1	.131	.040	.190	3.280	.001	.487	2.054
	totalX2	.444	.040	.648	11.198	.000	.487	2.054

a. Dependent Variable: totally

### c. Uji Heterokedastisitas



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

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1	(Constant)	1.089	.660	1.650	.100
	FASILITAS	.039	.026	.145	.129
	KOMUNIKASI INTERPERSONAL	-.041	.025	-.153	.108

a. Dependent Variable: Abs\_Res

## Lampiran 6 Hasil Regresi Linier Berganda dan Uji Parsial (t)

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	2.785	1.033		2.696	.008
	totalX1	.131	.040	.190	3.280	.001
	totalX2	.444	.040	.648	11.198	.000

a. Dependent Variable: totally

## Lampiran 7 Hasil Uji Simultan (f)

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1351.814	2	675.907	193.868	.000 <sup>b</sup>
	Residual	784.445	225	3.486		
	Total	2136.259	227			

a. Dependent Variable: totally

b. Predictors: (Constant), totalX2, totalX1

## Lampiran 8 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.795 <sup>a</sup>	.633	.630	1.86720

a. Predictors: (Constant), totalX2, totalX1

b. Dependent Variable: totally

## Lampiran 9 R Tabel

Tabel r Product Moment  
Pada sig 0,05 (Two Tail)

N	r	N	r	N	r	N	r	N	r	N	r
1	0.997	41	0.301	81	0.216	121	0.177	161	0.154	201	0.138
2	0.95	42	0.297	82	0.215	122	0.176	162	0.153	202	0.137
3	0.878	43	0.294	83	0.213	123	0.176	163	0.153	203	0.137
4	0.811	44	0.291	84	0.212	124	0.175	164	0.152	204	0.137
5	0.754	45	0.288	85	0.211	125	0.174	165	0.152	205	0.136
6	0.707	46	0.285	86	0.21	126	0.174	166	0.151	206	0.136
7	0.666	47	0.282	87	0.208	127	0.173	167	0.151	207	0.136
8	0.632	48	0.279	88	0.207	128	0.172	168	0.151	208	0.135
9	0.602	49	0.276	89	0.206	129	0.172	169	0.15	209	0.135
10	0.576	50	0.273	90	0.205	130	0.171	170	0.15	210	0.135
11	0.553	51	0.271	91	0.204	131	0.17	171	0.149	211	0.134
12	0.532	52	0.268	92	0.203	132	0.17	172	0.149	212	0.134
13	0.514	53	0.266	93	0.202	133	0.169	173	0.148	213	0.134
14	0.497	54	0.263	94	0.201	134	0.168	174	0.148	214	0.134
15	0.482	55	0.261	95	0.2	135	0.168	175	0.148	215	0.133
16	0.468	56	0.259	96	0.199	136	0.167	176	0.147	216	0.133
17	0.456	57	0.256	97	0.198	137	0.167	177	0.147	217	0.133
18	0.444	58	0.254	98	0.197	138	0.166	178	0.146	218	0.132
19	0.433	59	0.252	99	0.196	139	0.165	179	0.146	219	0.132
20	0.423	60	0.25	100	0.195	140	0.165	180	0.146	220	0.132
21	0.413	61	0.248	101	0.194	141	0.164	181	0.145	221	0.131
22	0.404	62	0.246	102	0.193	142	0.164	182	0.145	222	0.131
23	0.396	63	0.244	103	0.192	143	0.163	183	0.144	223	0.131
24	0.388	64	0.242	104	0.191	144	0.163	184	0.144	224	0.131
25	0.381	65	0.24	105	0.19	145	0.162	185	0.144	225	0.13
26	0.374	66	0.239	106	0.189	146	0.161	186	0.143	226	0.13
27	0.367	67	0.237	107	0.188	147	0.161	187	0.143	227	0.13
28	0.361	68	0.235	108	0.187	148	0.16	188	0.142	228	0.129
29	0.355	69	0.234	109	0.187	149	0.16	189	0.142	229	0.129
30	0.349	70	0.232	110	0.186	150	0.159	190	0.142	230	0.129
31	0.344	71	0.23	111	0.185	151	0.159	191	0.141	231	0.129
32	0.339	72	0.229	112	0.184	152	0.158	192	0.141	232	0.128
33	0.334	73	0.227	113	0.183	153	0.158	193	0.141	233	0.128
34	0.329	74	0.226	114	0.182	154	0.157	194	0.14	234	0.128
35	0.325	75	0.224	115	0.182	155	0.157	195	0.14	235	0.127
36	0.32	76	0.223	116	0.181	156	0.156	196	0.139	236	0.127
37	0.316	77	0.221	117	0.18	157	0.156	197	0.139	237	0.127
38	0.312	78	0.22	118	0.179	158	0.155	198	0.139	238	0.127
39	0.308	79	0.219	119	0.179	159	0.155	199	0.138	239	0.126
40	0.304	80	0.217	120	0.178	160	0.154	200	0.138	240	0.126

## Lampiran 10 Tabel Distribusi t

$\alpha$	0.1	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0025	0.001
df							
206	1.285675	1.652284	1.971547	2.344586	2.599906	2.837588	3.130264
207	1.285655	1.652248	1.971490	2.344497	2.599788	2.837438	3.130069
208	1.285635	1.652212	1.971435	2.344409	2.599672	2.837291	3.129875
209	1.285615	1.652177	1.971379	2.344322	2.599557	2.837145	3.129683
210	1.285596	1.652142	1.971325	2.344236	2.599443	2.837000	3.129493
211	1.285577	1.652107	1.971271	2.344150	2.599330	2.836856	3.129305
212	1.285558	1.652073	1.971217	2.344066	2.599218	2.836714	3.129118
213	1.285539	1.652039	1.971164	2.343982	2.599108	2.836574	3.128934
214	1.285520	1.652005	1.971111	2.343899	2.598998	2.836434	3.128751
215	1.285502	1.651972	1.971059	2.343817	2.598889	2.836296	3.128570
216	1.285483	1.651939	1.971007	2.343735	2.598782	2.836159	3.128390
217	1.285465	1.651906	1.970956	2.343655	2.598675	2.836024	3.128212
218	1.285447	1.651873	1.970906	2.343575	2.598569	2.835890	3.128036
219	1.285429	1.651841	1.970855	2.343496	2.598465	2.835757	3.127862
220	1.285411	1.651809	1.970806	2.343417	2.598361	2.835625	3.127689
221	1.285394	1.651778	1.970756	2.343339	2.598258	2.835494	3.127517
222	1.285377	1.651746	1.970707	2.343262	2.598156	2.835365	3.127347
223	1.285359	1.651715	1.970659	2.343186	2.598055	2.835237	3.127179
224	1.285342	1.651685	1.970611	2.343110	2.597955	2.835110	3.127013
225	1.285325	1.651654	1.970563	2.343035	2.597856	2.834984	3.126847
226	1.285309	1.651624	1.970516	2.342961	2.597758	2.834859	3.126684
227	1.285292	1.651594	1.970470	2.342887	2.597661	2.834735	3.126521
228	1.285276	1.651564	1.970423	2.342814	2.597564	2.834613	3.126360
229	1.285259	1.651535	1.970377	2.342742	2.597468	2.834491	3.126201
230	1.285243	1.651506	1.970332	2.342670	2.597374	2.834371	3.126043
231	1.285227	1.651477	1.970287	2.342599	2.597280	2.834251	3.125886

## Lampiran 11 Tabel Distribusi F

# F $\alpha = 0.05$

df2	df1	1	2	3	4	5	6
208	3.886555	3.039296	2.648010	2.415057	2.257483	2.142364	
209	3.886337	3.039085	2.647801	2.414848	2.257274	2.142153	
210	3.886121	3.038877	2.647595	2.414642	2.257066	2.141943	
211	3.885908	3.038670	2.647391	2.414437	2.256860	2.141736	
212	3.885697	3.038466	2.647188	2.414235	2.256657	2.141530	
213	3.885487	3.038264	2.646988	2.414034	2.256455	2.141327	
214	3.885280	3.038063	2.646790	2.413836	2.256255	2.141125	
215	3.885074	3.037864	2.646593	2.413639	2.256057	2.140926	
216	3.884870	3.037667	2.646398	2.413444	2.255861	2.140728	
217	3.884669	3.037472	2.646205	2.413251	2.255667	2.140532	
218	3.884469	3.037279	2.646014	2.413059	2.255474	2.140338	
219	3.884271	3.037088	2.645824	2.412870	2.255283	2.140145	
220	3.884075	3.036898	2.645637	2.412682	2.255094	2.139955	
221	3.883880	3.036710	2.645451	2.412496	2.254907	2.139766	
222	3.883688	3.036524	2.645266	2.412311	2.254722	2.139579	
223	3.883497	3.036339	2.645084	2.412129	2.254538	2.139393	
224	3.883308	3.036156	2.644903	2.411948	2.254356	2.139210	
225	3.883120	3.035975	2.644723	2.411768	2.254175	2.139027	
226	3.882934	3.035795	2.644545	2.411590	2.253996	2.138847	
227	3.882750	3.035617	2.644369	2.411414	2.253819	2.138668	
228	3.882568	3.035441	2.644194	2.411239	2.253643	2.138491	