

**SKRIPSI**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
KEPUASAN NASABAH DI BMT TAMAN INDAH  
KECAMATAN BAITUSSALAM KABUPATEN  
ACEH BESAR**



**Disusun Oleh:**

**NAFISUL HIBBAN  
NIM. 190602051**

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

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Nafisul Hibban  
NIM : 190602051  
Program Studi : Ekonomi 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, 06 Desember 2023

Yang Menyatakan,



  
Nafisul Hibban

## PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

### Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bmt Taman Indah Kecamatan Baitussalam Kabupaten Aceh Besar

Diajukan Oleh:

Nafisul Hibban  
NIM.190602051

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

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Ayumiati, SE., M. Si.  
NIP. 197806152009122002

Dara Armanatillah, M. Sc. Fin.  
NIDN. 2022028705

Mengetahui  
AR-RANIRY  
Ketua Program Studi Ekonomi Syariah

Dr. Nilam Sari, M. Ag.  
NIP.197103172008012007

## PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

**Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bmt  
Taman Indah Kecamatan Baitussalam Kabupaten Aceh Besar**


Nafisul Hibban  
NIM: 190602051

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


Pada Hari/Tanggal : Rabu 06 Desember 2023 M  
22 Jumadil Awal 1445 H

Banda Aceh  
Dewan Penguji Sidang Skripsi

Ketua

  
Ayu Miaty, S.E., M.Si.  
NIP. 197806152009122002


Sekretaris

  
Dara Amanatillah, M. Sc. Fin.  
NIDN. 2022028705

Penguji I

  
Dr. Khairul Amri, S.E., M.Si.  
NIDN. 0106077507

Penguji II

  
Azimah Dianah, S.E., M.Si., Ak.  
NIDN. 2026028803

Mengetahui,

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

  
Prof. Dr. Hafas Furqani, M.Ed.  
NIP. 198006252009011009







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

Jl. Syaikh 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 : Nafisul Hibban  
NIM : 190602051  
Fakultas/Program Studi : FEBI/Ekonomi Syariah  
E-mail : 190602051@student.ar-raniry.ac.id

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

Tugas Akhir  KKKU  Skripsi .....

Yang berjudul :

**“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bmt Taman Indah Kecamatan Baitussalam Kabupaten Aceh Besar”**

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. **جامعة الرانيري**

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 : 06 Desember 2023

Mengetahui

Penulis

Nafisul Hibban  
NIM. 190602051

Pembimbing I

Ayumiati, SE., M. Si  
NIP. 197806152009122002

Pembimbing II

Dara Anwaratillah, M. Sc. Fin.  
NIDN. 2022028705

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah puji dan syukur penulis Qashadkan kepada kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan nikmat kesehatan, pengetahuan dan wawasan, serta kesempatan sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan lancar. Shalawat beriringan salam tak lupa penulis hadiahkan kepada junjungan Nabi besar Nabi Muhammad SAW yang telah menegakkan kebenaran di muka bumi ini sehingga dengan risalah yang beliau wariskan, kita dapat hidup dengan penuh peradaban yang islami dan berakhlakul karimah seperti sekarang ini.

Dengan kehendak dan izin Allah SWT serta adanya bantuan yang penulis dapatkan dari berbagai pihak, pada akhirnya penulis dapat merealisasikan penulisan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bmt Taman Indah Kecamatan Baitussalam Kabupaten Aceh Besar”**. Adapun tujuan penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat dalam rangka menyelesaikan studi dan mencapai gelar pada program Sarjana Strata I pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Dalam hal penulisan dan penyusunan, penulis telah berusaha semaksimal mungkin dibekali dengan kemampuan yang ada agar skripsi ini dapat terancang sesuai dengan harapan. Sebagaimana fitrahnya, manusia merupakan makhluk ciptaan Allah yang tidak luput dari khilaf dan salah,

sehingga penulis menyadari bahwa skripsi ini belum mencapai tahap kesempurnaan.

Di samping itu, penulis juga menyadari bahwa skripsi ini tidak dapat terealisasi tanpa adanya bantuan, dukungan, dorongan, serta bimbingan yang penulis peroleh dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, pada kesempatan ini dengan penuh ketulusan dan kerendahan hati penulis ingin mengungkapkan rasa hormat dan berterima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Hafas Furqani, M.Ec selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry, Dr. Fithriady, Lc., MA selaku Wakil Dekan I Bidang Akademik dan Kelembagaan, Dr. Israk Ahmadisyah, B.Ec., M.Ec., M.Sc selaku Wakil Dekan II Bidang Umum dan Keuangan, Dr. Analiansyah, M.Ag selaku Wakil Dekan III Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.
2. Dr. Nilam Sari, M.Ag dan Ayumiati, SE., M. Si. selaku ketua dan sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
3. Hafizh Maulana S.P., S.H.I., M.E selaku Ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
4. Ayumiati, SE., M. Si. selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak meluangkan waktu, kesempatan, tenaga,

pemikiran dan ilmu yang sangat bermanfaat dalam membimbing penulis hingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

5. Dara Amanatillah, M. Sc. Fin. selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu, kesempatan, tenaga, pemikiran dan ilmu yang sangat bermanfaat dalam membimbing penulis hingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Junia Farma M. Ag selaku Penasehat Akademik (PA) yang telah membimbing, mengarahkan, serta memberikan nasehat dan motivasi kepada penulis selama menempuh pendidikan di Program Studi Strata 1 Ekonomi Syariah.
7. Seluruh dosen dan civitas akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.
8. Pimpinan Pusat, Pimpinan Cabang, Pegawai, dan Nasabah BMT Taman Indah yang telah membantu menyalurkan informasi demi kelengkapan data pada penulisan skripsi ini sehingga penelitian ini dapat diselesaikan.
9. Kedua Orang tua tercinta, Ayah Zulfadhli dan Ibunda Zakiah Fuadi, Abang Abdul Razak Noval, Kakak Putri Balqia & Ummul Layyinah dan Adik Dinda Khairita yang selalu memberikan kasih sayang, bimbingan, nasehat, motivasi, dan do'a serta dorongan moril maupun materil

yang tak terhingga sehingga penulis sudah mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

10. Sahabat-sahabat seperjuangan yang turut membantu serta memberi saran-saran kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, dan untuk teman yang sangat istimewa Fadhl Agus Saputra S.E, Muhammad Maulana Arif, dan teman-teman Valorant Reza Al hakim, Muhammad kausar, Teguh Fadhllillah, Misbahul Fajri, Farrel Yustia Trianda.
11. Sahabat-sahabat HNP Aulia Riski Moelana, Zakia Hawari, Wahyu Pratama, Muhammad Irgi Pasya, Muhammad Rijal, S.E., dan lainnya yang telah banyak memberi dukungan moral maupun materil bagi penulis dalam penyelesaian skripsi ini, serta seluruh teman-teman lainnya yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.
12. Diri saya sendiri, yang telah mampu kooperatif dalam mengerjakan tugas akhir ini. Terimakasih karena selalu berpikir positif ketika keadaan sempit tidak berpihak, dan selalu berusaha mempercayai diri sendiri, hingga akhirnya diri saya mampu membuktikan bahwa saya bisa mengandalkan diri sendiri.

Semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat dan karunia-Nya dengan balasan Akhir kata penulis ucapkan ribuan terima kasih kepada seluruh pihak yang tekah membantu. Semoga bantuan yang diberikan kepada penulis dibalaskan oleh Allah SWT.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan pihak-pihak yang membutuhkan.

Banda Aceh, 06 Desember 2023

Nafisul Hibban





## TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Materi P dan K  
Nomor: 158 Tahun 1987-Nomor:0543b/u/1987

### 1. Konsonan

No	Arab	Latin	No	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ط	T
2	ب	B	17	ظ	Z
3	ت	T	18	ع	'
4	ث	Ṣ	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	H	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Z	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H
13	ش	Sy	28	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 hakikat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

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

Contoh:

*Kaifa* : كَيْفَ

*Haula* : هَوْلَ

### 3. Maddah

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

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda
أَي	<i>Fathah dan ya</i>	Ā
يَ	<i>Fathah dan wau</i>	Ī
يُ	<i>Dammah dan wau</i>	Ū

Contoh:

*qala*: قَالَ

*rama*: رَمَى

*qila*: قِيلَ

*yaqulu*: يَقُولُ

### 4. Ta Marbutah (ة)

Trasliterasi untuk ta marbutah ada dua.

- Ta *Marbutah* (ة) hidup

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

transliterasinya adalah t.

- b. Ta *marbutah* (ة) mati

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

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

Contoh:

*raudah al-atfal/raudatul atfal* :

*al-madinah al-munawwarah/* :

*al-madinatul munawwarah*

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ

طَلْحَةُ

### Catatan:

### Modifikasi

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi. Seperti M. Syuhudi Ismail, sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan.

Contoh: Hamad Ibn Sulaiman.

2. Nama negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr, Beirut, bukan Bayrut; dan sebagainya.

3. Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf.



## ABSTRAK

Nama : Nafisul Hibban  
NIM : 190602051  
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah  
Judul : “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bmt Taman Indah Kecamatan Baitussalam Kabupaten Aceh Besar)”  
Pembimbing I : Ayumiati, SE., M. Si  
Pembimbing II : Dara Amanatillah, M. Sc. Fin.

Kualitas pelayanan merupakan suatu perbuatan dan tindakan pelaku usaha atau perusahaan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan. Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. Tingkat kepuasan antara konsumen yang satu dengan yang lain memang cenderung berbeda hal ini terjadi karena adanya beberapa faktor seperti umur, pekerjaan, pendapatan, pendidikan, jenis kelamin, dll. Berdasarkan observasi awal BMT sering mengalami keterlambatan dalam memberikan layanan, seperti pencairan dana atau proses transaksi lainnya, ini dapat membuat nasabah merasa tidak puas dan tidak dihargai. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan nasabah BMT Taman Indah Kecamatan Baitussalam. Jenis penelitian yang digunakan adalah *field research* (penelitian lapangan) dengan metode kuantitatif, yaitu menyebar kuisioner kepada 93 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan rumus slovin. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier sederhana. Hasil penelitian ini menunjukkan dalam uji t (parsial) menyebutkan bahwa Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Kepuasan Nasabah di BMT Taman Indah Kecamatan Baitussalam .

**Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah, BMT**



## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI .....</b>	<b>iv</b>
<b>PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vii</b>
<b>TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN ...</b>	<b>xii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xxi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xxii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xxiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian .....	9
1.4 Manfaat Penelitian .....	9
1.5 Sistematika Penulisan .....	11
<b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>	<b>13</b>
2.1 Kepuasan Nasabah .....	13
2.1.1 Indikator Kepuasan Nasabah .....	15
2.1.2 Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah .....	17
2.1.3 Kepuasan Nasabah Dalam Perspektif Ekonomi .....	18
2.2 Kualitas pelayanan .....	22
2.2.1 Indikator Kualitas Pelayanan .....	25
2.2.2 Kualitas Pelayanan Dalam Perspektif Ekonomi .....	26
2.3 Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) .....	31
2.3.1 Ciri-ciri Baitul Maal Wat Tamwil .....	35
2.3.2 Profil Baitul Maal Wat Tamwil .....	37
2.3.3 Prinsip Operasional Baitul Maal Wat Tamwil .....	39
2.4 Penelitian terdahulu.....	40
2.5 Kerangka Berpikir.....	47
2.6 Hipotesis.....	47
2.7 Keterkaitan Antar Variabel .....	48
2.7.1 Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan .....	48

<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>50</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	50
3.2 Lokasi Penelitian.....	50
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian .....	50
3.3.1 Populasi.....	50
3.3.2 Sampel .....	51
3.4 Sumber Data.....	53
3.4.1 Data primer .....	53
3.4.2 Data Skunder .....	53
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	54
3.5.1 Kuesioner.....	54
3.6 Definisi dan Operasional Variabel.....	56
3.7 Teknik Analisis Data.....	57
3.7.1 Uji Validitas.....	57
3.7.2 Uji Reliabilitas.....	57
3.7.3 Analisis Regresi Sederhana .....	58
3.8 Uji Asumsi Klasik.....	59
3.8.1 Uji Normalitas.....	59
3.8.2 Uji Heteroskedastisitas .....	59
3.9 Uji Hipotesis .....	60
3.9.1 Uji Parsial (Uji T).....	61
3.9.2 Uji Koefisien Korelasi.....	61
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>63</b>
4.1 Gambaran Umum Penelitian.....	63
4.1.1 Sejarah Berdirinya (BMT) Taman Indah.....	63
4.1.2 Visi dan Misi BMT Taman Indah Baitussalam .....	64
4.1.3 Struktur Pengurus dan Dewan Pengawas .....	65
4.1.4 Produk-Produk BMT Taman Indah.....	69
4.2 Statistik Deskriptif .....	71
4.2.1 Analisis Deskriptif Responden .....	71
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel .....	77
4.3 Analisis Deskriptif Variabel.....	81
4.4 Uji Reliabilitas .....	84
4.5 Regresi linear Sederhana.....	85
4.6 Uji Asumsi Klasik.....	86

4.6.1 Uji Normalitas .....	86
4.6.2 Uji Heteroskedastisitas .....	88
4.7 Uji Hipotesis .....	89
4.7.1 Uji Parsial (Uji T).....	89
4.7.2 Koefisien Korelasi .....	91
4.8 Pembahasan Hipotesis .....	93
4.8.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada BMT Taman Indah Baitussalam.....	93
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>100</b>
5.1 Kesimpulan .....	100
5.2 Saran.....	101
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>103</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>109</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terkait.....	44
Tabel 3. 1 Skala Likert.....	55
Tabel 3. 2 Indikator Operasional Variabel .....	56
Tabel 4. 1 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	72
Tabel 4. 2 Jumlah Responden Berdasarkan Agama .....	73
Tabel 4. 3 Jumlah Responden Berdasarkan Usia.....	74
Tabel 4. 4 Jumlah Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	75
Tabel 4. 5 Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	76
Tabel 4. 6 Responden Berdasarkan Jangka Waktu Menjadi Nasabah .....	77
Tabel 4. 7 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Pelayanan .....	77
Tabel 4. 8 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Nasabah .....	80
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Variabel X.....	82
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Variabel Y.....	83
Tabel 4. 11 Hasil Uji Reliabilitas .....	84
Tabel 4. 12 Hasil Regresi Linier Sederhana Variabel Pembiayaan Kualitas Pelayanan (X) terhadap Kepuasan Nasabah .....	85
Tabel 4. 13 Hasil Uji Normalitas .....	87
Tabel 4. 14 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	90
Tabel 4. 15 Koefisien Korelasi .....	92
Tabel 4. 16 Interpretasi Koefisien Korelasi .....	93

AR - RANIRY

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Nasabah BMT Taman Indah Tahun 2019-2023 ..	6
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir.....	47
Gambar 4. 1 Struktur BMT Taman Indah Baitussalam .....	66
Gambar 4. 2 Uji heteroskedastisitas .....	89



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisoner .....	109
Lampiran 2 Tabulasi Data .....	115
Lampiran 3 Karakteristik Responden .....	121
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas .....	123
Lampiran 5 Uji Realibilitas .....	135
Lampiran 6 Uji Normalitas .....	136
Lampiran 7 Uji Heteroskedastisitas .....	136
Lampiran 8 Uji Analisis Regresi Sederhana .....	137
Lampiran 9 Koefisien Korelasi .....	139
Lampiran 10 R-Tabel .....	140
Lampiran 11 T- Tabel .....	144
Lampiran 12 Dokumentasi .....	149





# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar belakang

Peran lembaga keuangan sangat signifikan dalam mendukung perkembangan ekonomi masyarakat saat ini. Lembaga keuangan berfungsi sebagai tumpuan bagi para pengusaha untuk memperoleh dana tambahan melalui berbagai mekanisme pembiayaan. Selain itu, lembaga keuangan menjadi sarana investasi melalui mekanisme penyimpanan, sehingga perannya sangat penting dalam mengalokasikan sumber daya ekonomi di kalangan masyarakat. (Amalia, 2010:2). Menurut Ramadhania et.al (2022), suatu lembaga keuangan penting untuk memiliki strategi yang tepat untuk dapat membuat pendekatan yang efektif dalam kegiatan lembaga keuangan dan mampu memenangkan persaingan dan juga meningkatkan kinerja bisnisnya. Salah satu hal yang Penting untuk diperhatikan bagi sebuah lembaga keuangan adalah untuk mempertahankan pelanggan yang sudah setia, dengan terus meningkatkan inovasi dan mempertahankan karakteristik unik lembaga keuangan tersebut. Dalam aktivitas jual beli, tidak hanya produk yang menjadi fokus, melainkan juga kepuasan nasabah.

Pertumbuhan kelembagaan keuangan syariah harus direspon dengan penguatan sistem tata kelola perusahaan yang baik atau biasa disebut *good corporate governance*. Desain tata kelola perusahaan lembaga keuangan syariah (LKS) tentunya memiliki keunikan dengan lembaga keuangan lainnya. Hal ini terjadi

dikarenakan LKS selain harus menerapkan sistem tata kelola perusahaan pada umumnya, LKS juga memiliki kewajiban untuk mengembangkan sistem tata kelola yang dapat menjamin terlaksananya prinsip-prinsip syariah pada seluruh produk, instrumen, operasi, praktek, dan manajemen LKS (Rama, 2015).

Dalam memasuki persaingan yang semakin kompetitif setiap perusahaan harus secara mutlak dapat memuaskan nasabah, dimana kepuasan nasabah akan tercipta manakala keinginan dan harapan dapat diwujudkan oleh perusahaan. Kualitas pelayanan yang maksimal dan kesesuaian pemberian harga produk merupakan strategi yang tepat dalam mewujudkan setiap keinginan dan harapan tersebut (Gofur, 2019). Menurut Suryani (2017:91) Kualitas Pelayanan adalah suatu kemampuan dalam membuat dan memberikan produk berupa barang atau jasa yang memiliki manfaat sesuai dengan harapan dan keinginan pelanggan. saat ini persaingan antar lembaga keuangan sangat ketat, berbagai upaya dilakukan untuk menarik konsumen. Apabila konsumen puas maka diharapkan konsumen akan balik lagi untuk mengadakan transaksi. Tantangan besar yang dihadapi oleh koperasi saat ini adalah loyalitas para pelanggan atau nasabah. Persaingan kualitas produk dan pelayanan, menuntut para pemasar untuk dapat menyediakan produk-produk yang berkualitas dan pelayanan yang memuaskan, sehingga kepuasan setelah mengkonsumsi dapat diperoleh dan akan membuat konsumen atau nasabah melakukan pinjaman kembali di masa yang akan datang (Setiawan et.al 2016).

Perusahaan yang sukses biasanya selalu mengutamakan kepuasan Nasabah. Kepuasan Nasabah akan datang dengan sendirinya bila produk yang dijual perusahaan sesuai atau bahkan melampaui apa yang diinginkan Nasabah. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan manfaat, diantaranya hubungan antar perusahaan dengan pelanggan menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi konsumen untuk melakukan pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan yang menguntungkan bagi perusahaan. Jumlah pelanggan sangat besar pengaruhnya terhadap kelangsungan hidup perusahaan, karena pelanggan merupakan sumber pemasukan. Semakin banyak pelanggan, maka semakin besar pemasukan yang dapat diraih perusahaan, sebaliknya semakin sedikit pelanggan, maka semakin sedikit pula pemasukan yang dapat diraih perusahaan (Risal, 2019). Kepuasan merupakan ekspresi dari perasaan seseorang senang maupun kecewa yang berasal dari kinerja pelayanan yang konsumen menaruh harapan yang terbaik. Dapat didefinisikan juga sebagai pandangan seorang pembeli yang berkaitan dengan kesenangan atau tidak senangnya konsumen (Ibrahim & Thawil, 2019). Kepuasan pelanggan Nasabah dipengaruhi oleh persepsi kualitas jasa, kualitas produk, harga dan faktor-faktor yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat. Salah satu faktor yang menentukan kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan mengenai kualitas jasa yang berfokus pada lima dimensi kualitas jasa, yaitu: bukti fisik

(*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*) (Rangkuti, 2006).

Setiap perusahaan memerlukan *service excellence* atau pelayanan unggul, yaitu suatu sikap/cara karyawan dalam melayani konsumen secara memuaskan. Definisi kualitas jasa berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketetapan penyampainya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan merupakan tingkatan kondisi baik buruknya pelayanan yang diberikan oleh perusahaan jasa dalam rangka memuaskan konsumen dengan cara memberikan atau menyampaikan jasa yang melebihi harapan konsumen. Jadi penilaian konsumen terhadap kualitas pelayanan merupakan refleksi persepsi evaluatif terhadap pelayanan yang diterimanya pada waktu tertentu (Tyas & Setiawan, 2012). Kualitas pelayanan bisa disebut sebagai hal yang harus dilakukan untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen atau pelanggan dalam bentuk suatu produk maupun jasa yang dapat memenuhi harapan konsumen. Jika konsumen mendapatkan pelayanan yang baik maka tanggapan konsumen terhadap pelayanan diartikan sudah memenuhi kemauan konsumen atau puas. Namun, apabila konsumen mendapatkan pelayanan buruk maka hal tersebut dapat berisiko terhadap perusahaan, yang dapat mengurangi jumlah pelanggan. Karena itu kualitas pelayanan dapat dilihat dari segi kemampuan perusahaan dalam mengelola kualitas pelayanan yang

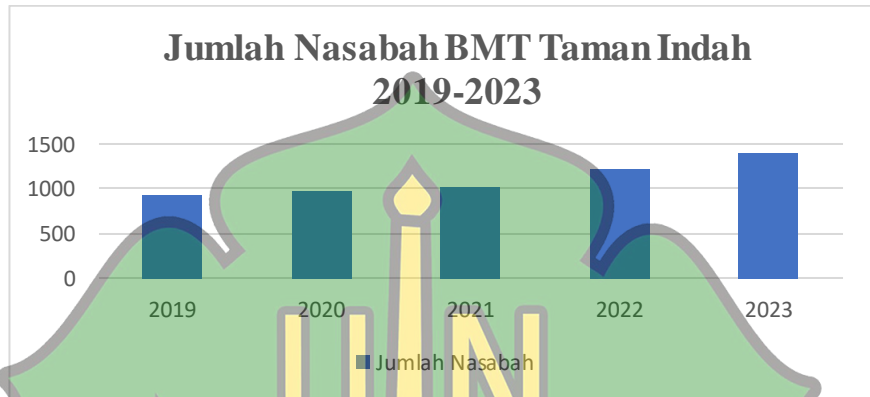
baik dan dapat nilai oleh konsumen dengan harapan yang baik bagi para konsumen (Setiadi & Manafe, 2021).

Jenis LKS ada berbagai macam bentuk. Salah satunya adalah Baitul Maal Waat Tamwil, BMT juga merupakan Lembaga keuangan syariah yang jumlahnya paling banyak di Indonesia, *Baitul Mal Wat Tamwil (BMT)* adalah lembaga keuangan dengan konsep syariah yang lahir sebagai pilihan yang menggabungkan konsep maal dan tamwil dalam satu kegiatan lembaga. Konsep maal lahir dan menjadi bagian dari kehidupan masyarakat muslim dalam hal menghimpun dan menyalurkan dana untuk zakat, infak, dan sedekah (ZIS) secara produktif. Sedangkan konsep tamwil lahir untuk kegiatan bisnis produktif yang murni untuk mendapatkan keuntungan dengan sektor masyarakat menengah kebawah (mikro). Kehadiran BMT untuk menyerap aspirasi masyarakat muslim di tengah kegelisahan kegiatan ekonomi dengan prinsip riba, sekaligus sebagai dana pendukung untuk mengembangkan kegiatan pemberdayaan usaha kecil dan menengah. Kehadiran BMT disatu sisi menjalankan misi ekonomi syariah dan disisi lain menjalankan tugas ekonomi kerakyatan dengan meningkatkan ekonomi mikro (Nurma, 2017).

*Baitul Maal Wat Tamwil (BMT)* Taman Indah merupakan salah satu lembaga usaha mikro yang beroperasi di wilayah usaha Kabupaten Aceh Besar, khususnya Kecamatan Baitussalam. Pertumbuhan Koperasi BMT Taman Indah dari tahun ke tahun mengalami perkembangan yang cukup pesat, dan diterima dengan

baik oleh masyarakat setempat. Hal ini ditandai dengan seiring bertambahnya jumlah anggota di BMT Taman Indah.

**Gambar 1. 1**  
**Jumlah Nasabah BMT Taman Indah Tahun 2019-2023**



Sumber: Dokumentasi *Baitul Mal wat Tamwil* tahun 2023

Dari grafik data di atas dapat dilihat bahwa jumlah nasabah di BMT Taman Indah terus mengalami peningkatan serta mengalami perkembangan dengan baik secara terus-menerus. Pada tahun 2019 jumlah nasabah pada BMT Taman Indah mencapai angka 941 orang, lalu pada tahun selanjutnya mengalami peningkatan nasabah menjadi 980 orang, pada tahun 2021 nasabah BMT meningkat lagi menjadi 1015, kemudian meningkat lagi menjadi 1230 Nasabah, bisa kita lihat secara keseluruhan dari tahun 2019-2023 Terjadi peningkatan yang cukup tinggi, yaitu dari 941 orang menjadi 1392 orang. Hal tersebut terjadi karena pada tahun tersebut masyarakat Indonesia mengalami Pandemi COVID-19 yang menyebabkan banyak masyarakat yang berada dalam keadaan sulit dan harus mencari pembiayaan tambahan untuk mendukung



usaha mereka, sehingga hal tersebutlah yang menyebabkan nasabah BMT Taman Indah pada tahun tersebut meningkat pesat. Ini dapat membuktikan bahwa kehadiran BMT Taman Indah ditengah-tengah masyarakat dirasakan sangat bermanfaat bagi masyarakat khususnya masyarakat di Baitussalam, karena dengan adanya BMT ini memudahkan masyarakat dalam mendapatkan modal usaha maupun pinjaman lainnya.

Berdasarkan wawancara awal dengan nasabah pada tanggal 8 oktober 2023, terkait kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah, hal yang menjadi masalah adalah dalam hal penyampaian informasi ke para nasabah, Jika prosedur transaksi atau aturan yang berlaku tidak jelas, nasabah mungkin akan kesulitan memahaminya. Ini dapat mengakibatkan kebingungan dan kekecewaan nasabah. Berdasarkan observasi awal dari wawancara Bersama karyawan BMT pada tanggal 21 November 2023, BMT Taman Indah belum pernah melakukan survey terhadap kepuasan Nasabah padahal menurut Penulis penting bagi perusahaan untuk mengukur sejauh mana kepuasan pelanggan terhadap produk atau layanan yang mereka tawarkan. Dan juga sejauh mana Pemahaman Kebutuhan Pelanggan Pihak BMT Taman Indah.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Nanicova (2019) penelitian ini meneliti tentang Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Noach Cafe And Bistro, Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan dari variabel Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Setiawan et.al (2019) yang meneliti Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen menemukan determinasi menunjukkan bahwa bahwa 59,2% kepuasan konsumen dipengaruhi kualitas pelayanan. Sedangkan sisanya 40,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian. dan Nisa (2020) yang menganalisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bmt Ugt Sidogiri Cabang Bangkalan menemukan hasil yaitu Kualitas pelayanan memberikan pengaruh signifikan dan arah yang baik kepada kepuasan nasabah. Sedangkan hasil uji koefisien determinan ( $R^2$ ) berada pada nilai 0,145 yang artinya variabel kualitas pelayanan berpengaruh sebesar 14,5 persen terhadap kepuasan nasabah. Namun berbeda dengan penelitian yang diteliti oleh Ibrahim & Thawil (2019) yang meneliti Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan memperoleh hasil penelitian yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan belum dapat membuktikan hubungan terhadap kepuasan nasabah atau pelanggan.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu ialah pada unit analisis dan juga periode penelitian. Unit analisis dalam penelitian ini adalah BMT Taman Indah Baitussalam Dalam hal ini peneliti akan berusaha menguraikan seputar kualitas pelayanan yang ada di BMT Taman Indah Baitussalam. Kualitas pelayanan di dalam melayani para pelanggannya supaya merasa terpenuhi apa yang diinginkannya, sehingga membuat kesan bahwa pelanggan

tersebut terpuaskan. Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI BMT TAMAN INDAH KECAMATAN BAITUSSALAM KABUPATEN ACEH BESAR”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada BMT Taman Indah Baitussalam Kabupaten Aceh Besar?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan masalah yang di kemukakan di atas, tujuan yang ingin dicapai pada penulisan ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada BMT Taman Indah Baitussalam Kabupaten Aceh Besar.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, maka diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

### **1. Manfaat Praktis (Operasional)**

Adapun manfaat praktis dalam penelitian ini adalah:

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan informasi bagi BMT Taman indah

kecamatan Baitussalam untuk dapat meningkatkan kualitas pelayanan.

- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan penjelasan mengenai kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada BMT Taman indah kecamatan Baitussalam.

## 2. Manfaat Teoritis (Akademis)

Adapun manfaat teoritis dalam penelitian ini adalah:

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan ilmu pengetahuan dan wawasan bagi akademis mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dalam perspektif ekonomi syariah pada BMT Taman indah serta menjadi sumber perbandingan antara teori yang dipelajari dengan praktik yang terjadi.
- b. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai referensi dan acuan serta masukan bagi penelitian selanjutnya mengenai kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dalam perspektif ekonomi syariah.

## 3. Manfaat Kebijakan

Penelitian ini dapat membantu pemerintah dan regulator untuk mengidentifikasi kebijakan yang memerlukan perbaikan atau peningkatan dalam kualitas pelayanan LKS. Hasil penelitian dapat memberikan dasar yang kuat untuk

merancang aturan dan regulasi yang lebih sesuai dengan kebutuhan dan kepuasan nasabah.

## **1.5 Sistematika Penulisan**

Adapun susunan sistematika pada proposal ini adalah sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika skripsi.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Pada bab ini membahas teori tentang pengertian kepuasan pelanggan, etika bisnis syariah, jenis-jenis etika bisnis syariah, penelitian terkait serta kerangka teori yang berisi konsep-konsep yang terkait dan penting untuk dikaji sebagai landasan dalam menulis bab dan mengambil kesimpulan.

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Pada bab ini diuraikan tentang jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, metode analisa data, jenis data yang digunakan, skala pengukuran serta pengujian hipotesis untuk menjawab permasalahan yang telah dirumuskan serta menguji hipotesis yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya.

## **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini diuraikan mengenai objek penelitian, hasil analisis, hingga pembahasan mengenai hasil yang telah dilakukan penelitian dengan menggunakan metode yang telah ditetapkan.

## **BAB V PENUTUP**

Pada bab ini merupakan penutup dari pembahasan skripsi yang memuat kesimpulan dan saran-saran dari hasil penelitian yang diharapkan bisa memberikan manfaat bagi penulis dan pihak yang berkepentingan.



## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### 2.1 Kepuasan Nasabah

Kepuasan (*satisfaction*) merujuk pada perasaan senang atau kecewa yang muncul pada seseorang akibat perbandingan antara kinerja produk atau hasil dengan ekspektasi yang dimilikinya. Dalam konteks konsumen, kepuasan dapat dijelaskan sebagai perasaan yang sejalan dengan harapan mereka, juga terdapat rasa puas dan nyaman sesuai keinginan konsumen. Kepuasan juga merupakan ekspresi dari perasaan seseorang senang maupun kecewa yang berasal dari kinerja pelayanan yang konsumen menaruh harapan yang terbaik. Dapat didefinisikan juga sebagai pandangan seorang pembeli yang berkaitan dengan kesenangan atau tidak senangnya konsumen (Zulkarnaen & Amin, 2018). Bisa kita lihat pada era sekarang persaingan bisnis yang begitu erat dan saling menonjolkan kemampuan, kepuasan konsumen menjadi salah satu yang penting dalam keberhasilan usaha. Dapat diartikan bahwa kepuasan konsumen merupakan rasa kenyamanan atau kekecewaan yang dirasakan konsumen sesuai harapannya (Affandy & Efendy, 2021).

Kepuasan juga merupakan ekspresi dari perasaan seseorang senang maupun kecewa yang berasal dari kinerja pelayanan yang konsumen menaruh harapan yang terbaik. Dapat didefinisikan juga sebagai pandangan seorang pembeli yang berkaitan dengan



kesenangan atau tidak senangnya konsumen (Ibrahim & Thawil, 2019). konsumen yang puas memiliki kecenderungan untuk berbagi pengalaman positif mereka dengan produsen atau penyedia jasa. Tindakan ini tidak hanya menguntungkan produsen dengan mendapatkan umpan balik positif, tetapi juga bermanfaat bagi konsumen lain yang mungkin mencari referensi atau ulasan sebelum membuat keputusan pembelian. Dengan adanya rekomendasi dari konsumen yang puas, daya tarik usaha tersebut dapat meningkat, menarik konsumen potensial lainnya untuk memilih produk atau layanan yang sama. Dengan demikian, siklus kepuasan konsumen dapat menciptakan lingkaran positif yang menguntungkan kedua belah pihak. Kepuasan juga dapat dicapai ketika perusahaan mampu memberikan produk berkualitas, pelayanan yang baik, harga yang sesuai, dan memenuhi harapan konsumen dalam aspek lainnya. Sehingga, ketika kebutuhan konsumen terpenuhi, mereka merasa puas. Hal ini berpotensi membuat konsumen baru menjadi pelanggan tetap, yang menguntungkan bagi perusahaan (Baetie, 2018).

Pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan para konsumen yang merasa puas. Setiap orang atau organisasi (perusahaan) harus bekerja dengan konsumen internal dan eksternal demi terciptanya kepuasan konsumen. Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa pelanggan diantaranya (Atmaja, 2018):

1. Hubungan perusahaan dengan konsumen menjadi harmonis.
2. Memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang.
3. Dapat mendorong terciptanya loyalitas konsumen.
4. Membentuk rekomendasi dari mulut kemulut (World of Month) yang menguntungkan perusahaan.
5. Laba yang diperoleh meningkat.

Berdasarkan beberapa penjelasan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa kepuasan Nasabah merupakan komponen penting dalam suatu perusahaan atau organisasi. Ketika kualitas pelayanan terjaga dengan baik, ini dapat menghasilkan kepuasan dan minat Nasabah untuk bertransaksi kembali.

### **2.1.1 Indikator Kepuasan Nasabah**

Fikri et.al (2022) menjelaskan beberapa indikator kepuasan konsumen sebagai berikut:

1. Perasaan puas (puas akan produk dan pelayanan)  
Merupakan apa yang dirasakan konsumen baik itu puas maupun tidak puas ketika mendapatkan pelayanan, meliputi:
  - a. Produk yang diperoleh sesuai dengan yang diharapkan.
  - b. Pelayanan oleh karyawan yang diperoleh sesuai dengan yang diharapkan.
  - c. Fasilitas penunjang yang didapat sesuai dengan yang diharapkan.

2. Minat untuk berkunjung kembali.

Merupakan konsumen yang selalu membeli dan sudah menjadi pelanggan setia karena konsumen merasa puas akan produk dan juga kualitas pelayanannya, meliputi:

- a. Keinginan untuk datang kembali karena pelayanan yang memuaskan.
- b. Keinginan untuk kembali karena nilai dan manfaat dari produk.
- c. Keinginan untuk kembali karena mendapatkan fasilitas yang memadai.

3. Merekomendasikan kepada orang lain.

Merupakan sesuatu yang dirasakan konsumen dan mereka merasa senang dan puas yang membuat konsumen menginformasikan kepada orang lain, selain itu dapat menguntungkan usaha untuk mendapatkan konsumen yang baru, meliputi:

- a. Menyarankan teman atau orang lain untuk membeli produk karena pelayanan yang memuaskan.
- b. Menyarankan teman atau orang lain untuk membeli produk karena fasilitas yang didapatkan memadai.
- c. Menyarankan teman atau orang lain karena membeli produk yang memuaskan.

### 2.1.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah

Menurut Slamet & Aulawi (2018) Unsur-unsur berikut mempengaruhi kepuasan pelanggan atau konsumen:

1. Produk Jasa adalah produk baik yang memuaskan preferensi dan harapan pelanggan. Kepuasan produk dapat dicapai. Evaluasi produk atau jasa ini didasarkan pada faktor-faktor berikut: jenis produk, kualitas produk, dan persediaan produk.
2. Harga produk adalah komponen inheren yang mencerminkan kualitas produk. Faktor-faktor berikut digunakan untuk menentukan biaya: tingkat harga dan kesesuaiannya dengan nilai jual produk, serta variasi produk atau pilihan harga apa pun.
3. Promosi bertujuan untuk menyampaikan keunggulan produk dan layanan perusahaan kepada pelanggan potensial melalui informasi tentang produk dan layanan tersebut. Berikut ini adalah contoh penelitian di bidang ini: pemberian hadiah, penawaran diskon barang, dan layanan periklanan.
4. Lokasi bisnis dan pelanggannya merupakan komponen atribut perusahaan. Karakteristik lokasi berikut dievaluasi: lokasi perusahaan, kecepatan transportasi, dan ketepatan.
5. *Employee Service* adalah layanan yang ditawarkan karyawan dalam upaya memuaskan pelanggan dan memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Dalam hal ini, layanan

karyawan menjadi dasar evaluasi.rasa hormat, keramahan, kecepatan, dan ketepatan

6. Fasilitas adalah perantara yang mendukung kelancaran usaha dalam hubungannya dengan pelanggan dan merupakan bagian dari atribut perusahaan. Penataan barang, penyimpanan, kamar kecil, dan tempat ibadah menjadi dasar penilaian.
7. *Atmosphere*, pelanggan akan lebih puas jika suasana bisnisnya positif. Evaluasi didasarkan pada hal-hal berikut: aliran udara, kenyamanan, dan keamanan

Muis et.al (2018) juga menyatakan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi persepsi dan harapan konsumen sebagai berikut ini:

1. Kepentingan dan keinginan yang berhubungan dengan yang dirasakan oleh konsumen saat ingin melakukan transaksi pembelian.
2. Para konsumen yang sudah pernah membeli produk pada perusahaan maupun pesaing lainnya.
3. Pengalaman dari orang sekitar.
4. Informasi dan komunikasi juga dapat mempengaruhi persepsi konsumen.

### **2.1.3 Kepuasan Nasabah Dalam Perspektif Ekonomi Syariah**

Menurut Putra et.al (2022) Seorang Muslim untuk mencapai tingkat kepuasan harus mementingkan beberapa hal, yaitu barang yang dikonsumsi adalah halal, baik secara zatnya maupun cara

memperolehnya, tidak bersifat *israf* (royal) dan *tabzir* (sia-sia). Oleh karena itu, kepuasan seorang Muslim tidak didasarkan barang yang dikonsumsi, tetapi didasarkan atas berapa besar nilai ibadah yang didapatkan dari yang dikonsumsi.

Dalam Islam, tujuan konsumsi bukanlah konsep utilitas melainkan kemaslahatan. Konsep utilitas sangat subjektif karena bertolak pada pemenuhan kebutuhan atau needs. Masalah dipenuhi berdasarkan pertimbangan rasional normatif dan positif, maka ada kriteria yang objektif tentang suatu barang ekonomi yang memiliki masalah ataupun tidak. pengusaha perlu menjaga kualitas produk, kualitas pelayanan dan harganya, karena dengan menjaga kualitas produk, kualitas pelayanan dan juga harganya dengan baik, maka hubungan antara pengusaha dan para pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik untuk pembelian kembali, dapat mendorong terciptanya loyalitas pelanggan (Putra et.al, 2022).

Menurut Syafiq (2019) Lahirnya teori kepuasan konsumen dalam perspektif ekonomi konvensional akan melahirkan manusia serakah dan mementingkan diri sendiri. Hal ini karena asumsi rasional konsumsi dibangun atas dasar *utility* (kepuasan). Secara sederhana setidaknya terdapat 2 (dua) hal yang perlu untuk kritisi dari perilaku konsumsi yang berorientasi pada *utility* yakni pertama tujuan konsumsi hanyalah untuk mencapai kepuasan dan kedua batasan konsumsi hanyalah kemampuan anggaran. Artinya sepanjang dia mempunyai pendapatan maka tidak ada yang bisa



membatasinya untuk melakukan konsumsi. Tentunya sikap ini akan menafikan kepentingan orang lain dan menafikan zat dan jenis barang (halal dan berkahnya barang). Dalam menentukan kepuasan konsumsi bagi seorang muslim harus berorientasi dalam mengoptimalkan masalah bukan memaksimalkan. Karena dalam rasionalitas Islam memegang prinsip lebih banyak tidak selalu lebih baik (*the more is not always the better*). Masalah akan terwujud ketika nilai berkah optimum dapat terpenuhi. Oleh karena itu kandungan berkah sangat mempengaruhi preferensi konsumen pada saat akan mengkonsumsi barang.hal ini menjadikan konsumen akan selalu menoptimalkan berkah dalam usaha mengoptimalkan masalah.

Sebagaimana firman Allah SWT dalam surah Ali-imran ayat 159 :

الْقَلْبِ غَلِيظًا فَظًّا كُنْتَ وَلَوْ ۖ لَهُمْ لَيْتَ اللَّهُ مِنْ رَحْمَةٍ فِيمَا  
فِي وَشَاوَرَهُمْ لَهُمْ وَاسْتَغْفِرْ عَنْهُمْ فَاعْفُ ۗ حَوْلَكَ مِنْ لَأَنْفَضُوا  
الْمُتَوَكِّلِينَ يُحِبُّ اللَّهُ إِنَّ ۗ اللَّهُ عَلَىٰ قَتَوَكَّلٍ عَزَمَتْ فَأِذَا الْأَمْرَ

AR - RANIRY

Artinya: “Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya” (Q.S Ali-Imran [3]:159).



Berdasarkan penjelasan dari Tafsir Al-Muyassar (2007:71) ayat tersebut menjelaskan bahwa Maka dengan rahmat dari Allah kepadamu dan kepada para sahabatmu (wahai Nabi), Allah melimpahkan karuniaNya padamu, sehingga kamu menjadi seorang yang lembut terhadap mereka. Seandainya kamu orang yang berperilaku buruk dan berhati keras, pastilah akan menjauh sahabat-sahabatmu dari sekelilingmu. Maka janganlah kamu hukum mereka atas tindakan yang muncul dari mereka pada perang uhud dan mintalah kepada Allah (wahai nabi), supaya mengampuni mereka dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam perkaraperkara yang kamu membutuhkan adanya musyawarah. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad untuk menjalankan satu urusan dari urusan-urusan (setelah bermusyawarah), maka jalankanlah dengan bergantung kepada Allah semata. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakal kepada-Nya.

Menurut Chalil & Fuad (2009) dalam menjalankan aktivitas yang bergerak dalam bidang jasa maupun barang mempunyai tujuan yang sama yaitu memperoleh keuntungan. Selain itu juga ingin memberikan kepuasan kepada pelanggan atas produk yang dihasilkannya, karena kepuasan pelanggan menjadi tolak ukur dari keberhasilan dalam menghasilkan produk yang berkualitas, dan yang diinginkan oleh pelanggan. Dalam ilmu ekonomi syariah, kepuasan seorang muslim disebut dengan qona'ah. Kepuasan dalam Islam (*qona'ah*) merupakan cerminan kepuasan seseorang

baik secara lahiriah maupun batiniah. Kepuasan dalam Islam berkaitan dengan keimanan yang melahirkan rasa syukur. Kepuasan menurut Islam harus mempertimbangkan beberapa hal berikut:

- a. Barang atau jasa yang dikonsumsi harus halal
- b. Dalam mengonsumsi barang atau jasa tidak berlebih-lebihan
- c. Tidak mengandung riba.

## **2.2 Kualitas pelayanan**

Perkembangan dunia bisnis yang begitu pesat mendorong setiap perusahaan untuk mengantisipasi persaingan yang ketat. Strategi yang tepat diperlukan untuk menghadapi persaingan agar bisa bertahan di pasaran. Strategi diperlukan terutama bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa atau pelayanan. Perusahaan yang bergerak di bidang jasa harus mampu memberikan pelayanan yang berkualitas agar tidak kehilangan pelanggan dalam jangka panjang. Pelayanan yang berkualitas dapat tercipta apabila manajemen perusahaan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan (Wijayanto, 2015).

Kasmir (2017:47) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan merupakan suatu perbuatan dan tindakan pelaku usaha atau perusahaan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan. Menurut Suryani (2017:91) Kualitas Pelayanan adalah suatu kemampuan dalam membuat dan memberikan produk berupa barang atau jasa yang memiliki manfaat sesuai dengan harapan dan

keinginan pelanggan. Ada banyak penafsiran mengenai kualitas pelayanan berbagai definisi yang beragam, dan tentunya mengarah pada kualitas pelayanan secara syariah. Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai keutamaan yang diharapkan oleh konsumen dan dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Dengan adanya kualitas pelayanan dapat menarik perhatian bagi konsumen pada hasil produk maupun pelayanan pada perusahaan dan dapat meningkatkan market share pada perusahaan (Asti & Ayuningtyas, 2020).

Caniago & Rustanto (2022) mengatakan bahwa kualitas layanan dapat dipahami dalam upaya memuaskan keinginan dan kebutuhan pelanggan, sekaligus menyeimbangkan harapan pelanggan. Kualitas pelayanan bisa disebut sebagai hal yang harus dilakukan untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen atau pelanggan dalam bentuk suatu produk maupun jasa yang dapat memenuhi harapan konsumen. Jika konsumen mendapatkan pelayanan yang baik maka tanggapan konsumen terhadap pelayanan diartikan sudah memenuhi kemauan konsumen atau puas. Namun, apabila konsumen mendapatkan pelayanan buruk maka hal tersebut dapat berisiko terhadap perusahaan, yang dapat mengurangi jumlah pelanggan. Karena itu kualitas pelayanan dapat dilihat dari segi kemampuan perusahaan dalam mengelola kualitas pelayanan yang baik dan dapat nilai oleh konsumen dengan harapan yang baik bagi para konsumen. Pada dasarnya kesan pertama terhadap pelayanan sangat penting yang dapat nilai oleh

konsumen, jadi apabila kesan pertama pelayanannya buruk di khawatirkan akan menimbulkan risiko (Setiadi & Manafe, 2021).

Layanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri. Perilaku tersebut dapat terjadi pada saat, sebelum dan sudah terjadinya transaksi. Pada umumnya layanan yang berkualitas tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta pembelian ulang yang lebih sering. Dari definisi-definisi tentang kualitas pelayanan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktifitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen. Layanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau service yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen (Atmaja, 2018).

Santi et.al (2022) mengatakan bahwa kualitas pelayanan tidak hanya dilihat dari pandangan pembuat/produsen tetapi dari tanggapan orang yang merasakan pelayanan. Adapun keinginan yang diharapkan konsumen sebagai berikut:

1. Will expectation, adalah kemampuan pekerja yang akan diterima konsumen sesuai informasi yang diketahui oleh konsumen.
2. Should expectation, adalah kemampuan pekerja yang di rasa sudah layak diterima konsumen.

3. Ideal expectation, adalah kemampuan pekerja yang diinginkan dapat diterima oleh konsumen dengan kualitas terbaik. Dari pengertian diatas, maka dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan suatu keharusan yang dimiliki oleh perusahaan dan juga menjadikan harapan-harapan konsumen yang bermutu dan pelayanan terbaik yang dapat diterima oleh konsumen dan merasa puas.

Dari pengertian diatas, maka dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan suatu keharusan yang dimiliki oleh perusahaan dan juga menjadikan harapan-harapan konsumen yang bermutu dan pelayanan terbaik yang dapat diterima oleh konsumen dan merasa puas.

### **2.2.1 Indikator Kualitas Pelayanan**

Menurut Parasuraman dalam Along (2020), menyatakan bahwa indikator kualitas pelayanan yang dikemukakan ada lima indikator, yaitu sebagai berikut:

4. Kehandalan (*Reliability*)

Kehandalan merupakan kapasitas dalam suatu perusahaan yang dapat memberikan pelayanan yang terbaik untuk konsumennya dan juga kemampuan pegawai yang bisa sesuai harapan konsumen serta dapat memberikan kepercayaan dalam pelayanan yang diberikan.

5. Empati (*empathy*)

Empati merupakan kemampuan untuk merasakan keadaan emosional orang lain, merasa simpatik, dan memberikan komunikasi yang baik untuk melakukan hubungan baik antar konsumen agar bisa mengetahui kebutuhan konsumen.

6. Bukti fisik (*Tangible*)

Bukti fisik merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan perusahaan dan juga bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa.

7. Ketanggapan (*Responsiveness*)

Ketanggapan merupakan keinginan untuk memberikan pelayanan secara cepat (*responsive*) dan secara tepat kepada konsumen serta dengan menyampaikan informasi yang jelas.

8. Jaminan (*Assurance*)

Jaminan atau kepastian merupakan pengetahuan dan kesopansantunan serta kepercayaan diri pada pegawai, dapat membentuk kompetensi untuk memberikan pelayanan dan memiliki sifat respect terhadap konsumen.

### 2.2.2 Kualitas Pelayanan Dalam Perspektif Ekonomi Syariah

Konsep kualitas pelayanan dalam perspektif Islam adalah bentuk evaluasi kognitif dari konsumen atas penyajian jasa oleh organisasi jasa yang menyandarkan setiap aktivitasnya kepada nilai-nilai moral dan sesuai kepatuhan yang telah dijelaskan oleh syariat Islam. kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan tidak



hanya untuk kepuasan semata. Sebagai seorang muslim pastinya dalam memberikan pelayanan harus sesuai dengan nilai-nilai syariah yang bertujuan untuk nilai ketakwaan dan stabilitas keimanan dalam menjalankan syariat Islam. Tolak ukur kualitas pelayanan pada Islam adalah dengan standarisasi syariah. Di dalam memberikan pelayanan kepada konsumen setiap pihak harus bekerja secara professional dan terampil.

Santi et.al (2022) mengatakan di dalam pemikiran Islam yang menjadikan acuan untuk dapat menilai kualitas pelayanan ialah standarisasi syariah, sebuah hasil yang dicapai dan dilakukan melalui tindakan. Pelayanan penting berkaitan dengan konsumen dan ada tiga konsep dasar pelayanan sebagai berikut:

1. Keikhlasan Setiap pekerja harus memberikan pelayanan yang berdasarkan keikhlasan karena Allah SWT. Apabila pelayanan yang tidak berdasarkan keikhlasan meskipun dipandang baik akan tetapi tidak memiliki arti di hadapan Allah SWT.
2. Sesuai syariat Islam Syariah merupakan aturan Allah SWT yang memang sudah ditetapkan dalam Al-Qur'an dimana seluruh kehidupan manusia sudah mempunyai aturan dalam memberikan pelayanan harus sesuai dengan syariat Islam dan juga termasuk produknya. Di dalam pelayanan memiliki prinsip persamaan, prinsip persaudaraan, prinsip cinta kasih, prinsip perdamaian, dan prinsip tolong menolong dan harus sesuai ajaran yang telah diterapkan Rasulullah pada masanya.



3. Melakukan yang terbaik Pada dasarnya dalam pelayanan hendaknya melakukan yang terbaik untuk konsumennya. Apabila kualitas pelayanan tidak baik maka konsumen akan ragu untuk membeli ulang, maka lakukanlah perbuatan baik dengan siapapun baik dalam keadaan sedang bekerja maupun tidak yang dapat menciptakan kualitas terbaik jika kita melakukannya dengan penuh rasa ikhlas dan dapat memenuhi harapan-harapan konsumen.

Sifat professional dan terampil ini digambarkan dalam Al-Quran surat Al-Isra ayat 84 yang berbunyi:

سَبِيلاً أَهْدَىٰ هُوَ بِمَنْ أَعْلَمُ فَرَبُّكُمْ شَاكِرْتَهُ عَلَىٰ يِعْمَلُ كُلُّ قَلْبٍ

Artinya: *“Katakanlah: Masing-masing bekerja menurut bentuknya (bakatnya), Tuhanmu lebih mengetahui orang yang mendapat jalan yang terlebih baik”*. (QS. Al-Isra: 84)

Berdasarkan tafsir Ibnu Katsir (1999:113) Ayat ini mengandung makna ancaman terhadap orang-orang musyrik dan peringatan bagi mereka, terhadap keyakinan dan sifat mereka yang selalu mendustakan Allah swt terhadap segala kenikmatan yang diperoleh. Pada ayat diatas, dikemukakan bahwa setiap orang beramal dan berbuat sesuai dengan kemampuan. Artinya, seseorang harus bekerja dengan penuh ketekunan dengan mencurahkan seluruh keahliannya. Jika seseorang bekerja sesuai dengan kemampuannya, maka akan menghasilkan pekerjaan yang optimal. Melayani dengan sepenuh hati, tidak mengabaikan perintah serta

aturan-aturan yang telah ditetapkan Allah SWT merupakan pelayanan yang Islami. (Rajab, 2012:38)

Ada enam dimensi untuk mengukur kualitas jasa pada lembaga keuangan dengan prinsip syariah, dengan menambahkan unsur “*compliance*” pada dimensi kualitas pelayanan. *Compliance with Islamic Law* (kepatuhan terhadap hukum Islam). Lima dimensi kualitas pelayanan ditambah dengan compliance sebagai syarat produk lebih dikenal dengan *CARTER* (Priyanto et.al, 2021):

1. Kepatuhan syariah (*shariah compliance*)

Kepatuhan syariah adalah suatu ketentuan yang harus dilaksanakan oleh kegiatan usaha yang berdasarkan prinsip syariah. Kepatuhan syariah juga dapat dikatakan bagian dari pelaksanaan framework manajemen resiko dan mewujudkan budaya kepatuhan dalam Islam.

2. Jaminan/Kepastian (*Assurance*)

Jaminan atau kepastian berupa kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan terhadap janji yang telah dikemukakan kepada konsumen. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah pelanggan.

3. Daya tanggap (*Responsiveness*)

Daya tanggap merupakan kemauan dari karyawan dan pengusaha untuk membantu pelanggan dan memberikan

pelayanan jasa dengan cepat serta mendengar dan mengatasi keluhan/komplain dari konsumen.

4. Bukti fisik (*Tangible*)

Bukti fisik atau tangible merupakan penampilan fasilitas fisik, perlengkapan dan materi komunikasi yang baik, menarik dan sebagainya. Seperti: tersedianya ruang tunggu yang nyaman, tempat parkir yang luas dan lain-lain. Hal ini juga menunjukkan kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensi kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa.

5. Empati (*Empathy*)

Empati adalah sifat dan kemampuan untuk memberikan perhatian penuh kepada pelanggan, melakukan komunikasi yang baik dan memahami kebutuhan pelanggan secara individual. Misalnya karyawan harus mencoba menempatkan diri sebagai pelanggan. Jika pelanggan mengeluh maka harus dicari solusi segera, agar selalu terjaga hubungan harmonis, dengan menunjukkan rasa peduli yang tulus.

6. Keandalan (*Reliability*)

Keandalan adalah kemampuan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan dengan segera, akurat, serta memuaskan. Keandalan meliputi 2 aspek utama, yaitu konsistensi kerja (*performance*) dan sifat dapat

dipercaya (*dependability*). Hal ini berarti perusahaan memberikan jasanya secara tepat sejak awal (*right the first time*).

### **2.3 Baitul Maal Wat Tamwil (BMT)**

Baitul Maal wat Tamwil (BMT) merupakan salah satu bagian dari lembaga keuangan islam yang turut berperan bagi kemajuan sektor riil. Lembaga keuangan islam didirikan dengan tujuan mempromosikan dan mengembangkan penerapan prinsip-prinsip islam, syariah, dan tradisinya ke dalam transaksi keuangan dan perbankan serta bisnis yang terkait. Baitul Maal wat Tamwil(BMT) terdiri dari dua istilah, yaitu Baitul Maal dan Baitul Tamwil. Baitul Maal lebih mengarah pada usaha-usaha non profit pengumpulan seperti zakat, infaq, dan shodaqoh dan penyaluran dana kepada yang berhak dalam mengatasi kemiskinan. Sedangkan Baitul Tamwil sebagai usaha pengumpulan dan penyaluran dana komersial profit untuk menciptakan nilai tambah baru dan mendorong pertumbuhan ekonomi (Welta, 2018).

Secara bahasa baitul mal memiliki makna rumah dana dan baitul tamwil berarti sebuah rumah usaha. Baitul mal dikembangkan berdasarkan sebuah sejarah perkembangannya, yakni dari masa nabi sampai dengan abad pertengahan perkembangan Islam. koperasi juga merupakan suatu badan usaha yang keanggotaannya terdiri atas orang-seorang yang melakukan kegiatannya berdasarkan dengan prinsip koperasi yaitu diantaranya keanggotaan yang memiliki sifat sukarela dan juga

terbuka, pengelolaannya dilakukan dengan dasar demokratis, pembagian Sisa Hasil Usaha (SHU) diberikan dengan cara adil dan sebanding sesuai dengan besarnya jasa anggota per anggotanya kemandirian dan lain sebagainya sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasarkan dengan asas kekeluargaan (Fatmawati & Aliyah, 2022). Secara sudut pandang etimologis BMT adalah suatu lembaga yang mempunyai tugas sangat khusus dalam menangani harta umat, baik berupa pendapatan maupun pengeluaran.

Dasar Hukum BMT terdapat dalam Al-Quran Surat Al-Baqarah ayat 279 yang berbunyi:

فَلَكُمْ نُجُومٌ وَإِنْ ۖ وَرَسُولُهُ اللَّهُ مِّنْ حَرْبٍ فَأُذِنُوا تَفْعَلُوا لَمْ فَإِنْ  
تُظْلَمُونَ وَلَا تَظْلِمُونَ لَا أَمْوَالِكُمْ رُءُوسٌ

Artinya: *Jika kamu tidak melaksanakannya, maka umumkanlah perang dari Allah dan Rasul-Nya. Tetapi jika kamu bertobat, maka kamu berhak atas pokok hartamu. Kamu tidak berbuat zalim (merugikan) dan tidak dizalimi (dirugikan) (Q.S Al-Baqarah [2]:279).*

Berdasarkan tafsir Ibnu Katsir (1999:407) Maksudnya barangsiapa masih tetap melakukan praktik riba dan tidak melepaskan diri darinya, maka kewajiban bagi kaum muslimin untuk memintanya bertaubat, jika melepaskan diri darinya, maka keselamatan baginya dan jika menolak, maka ia harus di penggal

lehernya. dengan mengambil kelebihan itu, kalian tidak berbuat zalim. “Dan tidak pula dianiaya.” Maksudnya karena pokok harta kalian dikembalikan tanpa tambahan atau pengurangan (yaitu memperoleh kembali pokok harta). Apabila seseorang telah menerima uang yang dipinjamkan atau si peminjam telah mengembalikan uang yang dipinjamnya pada waktunya, maka baik si pemberi pinjaman maupun si penerima tidak saling menzalimi.

Dalam menjaga eksistensi dan peran BMT dalam menjalankan aktivitasnya, maka dibutuhkan prinsip-prinsip dasar yang menjadi pegangan dalam pelaksanaannya, diantaranya adalah sebagai berikut (Rianto & Arif, 2012:190):

4. Keimanan dan ketaqwaan kepada Allah SWT dengan berpegang teguh pada aspek-aspek syari'ah dan muamalah Islam dalam kehidupan nyata.
5. Keterpaduan, yakni nilai-nilai spiritual dan moral dan mengarahkan etika bisnis yang dinamis, proaktif, progresif adil dan berakhlak mulia.
6. Kekeluargaan, yaitu lebih mengutamakan kepentingan bersama diatas kepentingan pribadi. Semua pengelola pada setiap tingkatan pengurus dan semua lininya serta anggota dibangun rasa kekeluargaan sehingga akan tumbuh rasa saling melindungi dan menanggung.
7. Kebersamaan yakni kesatuan pola pikir sikap dan cita-cita antar semua elemen BMT. Antara pengelola dengan pengurus harus



memiliki satu visi dan bersama-sama anggota untuk memperbaiki kondisi ekonomi dan sosial.

8. Kemandirian yaitu mandiri diatas semua golongan politik. Mandiri juga berarti tidak bergantung dengan dana-dana pinjaman dan bantuan tetapi senantiasa proaktif untuk menggalang dana dari masyarakat sebanyakbanyaknya.
9. Profesionalisme yaitu semangat kerja yang tinggi yakni dilandasi dengan dasar keimanan. kerja tidak hanya berorientasi pada kehidupan dunia saja, tetapi juga kenikmatan dan kepuasan rohani dan akhirat. Kerja keras dan cerdas yang dilandasi dengan bekal pengetahuan yang cukup, ketrampilan yang terus ditingkatkan serta semangat beramal yang kuat. Semua itu dikenal dengan kecerdasan emosional, spiritual dan intelektual. Sikap profesionalisme dibangun dengan semangat untuk terus belajar demi mencapai tingkat standar kerja yang tertinggi.
10. Istiqomah artinya konsisten, kontinuitas atau berkelanjutan tanpa henti dan tanpa pernah putus asa. Setelah mencapai suatu tahap, maka maju lagi ketahap berikutnya dan hanya kepada Allah SWT kita berharap.

Dengan prinsip-prinsip tadi diharapkan mampu menjaga eksis dan peran lembaga BMT. Saat ini potensi-potensi ekonomi mulai semakin dikembangkan dan secara perlahan masyarakat mulai menata dirinya agar lebih survive lagi. Hal yang paling mendasar adalah perlunya pemerataan kepada masyarakat kepada masyarakat



yang tidak terbatas di kota-kota saja atau pesisir pantai tetapi juga bisa masuk ke agrobisnis pertanian sebagai negara agraris, Indonesia memiliki sumber daya alam yang sangat melimpah. Selain itu, dengan prinsip dasari ini, menunjukkan bahwasanya eksistensi BMT lebih menatap kedepan, terlebih lagi pada era pasar bebas ini, dan hendaknya sudah mulai dengan memperbaiki segala pengelolaan yang ada serta menambah produkproduk syariah lainnya agar menarik minat masyarakat untuk lebih banyak lagi menggunakan lembaga keuangan syariah

Jadi dapat disimpulkan bahwa Baitul Maal wa Tamwil (BMT) adalah badan usaha mandiri terpadu yang isi kegiatan adalah mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas kegiatan ekonomi pengusaha kecil bawah dan kecil dengan antara lain mendorong kegiatan menabung dan menunjang pembiayaan kegiatan ekonominya. Selain itu, Baitul Malwa Tamwil juga bisa menerima titipan zakat, infak dan sedekah, serta menyalurkannya sesuai dengan peraturan dan amanatnya.

### **2.3.1 Ciri-ciri Baitul Maal Wat Tamwil**

Menurut Melina (2020) BMT selain berfungsi sebagai lembaga keuangan juga dapat berfungsi. Sebagai lembaga ekonomi, sebagai lembaga keuangan, ia bertugas menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan pada masyarakat. Sebagai lembaga ekonomi, ia berhak melakukan kegiatan ekonomi, seperti perdagangan industri

dan pertanian. Beranjak dari pengertian diatas, maka BMT dapat lebih dipahami dari segi ciri-ciri yang dimilikinya. Ciri-ciri BMT ini diungkapkan dalam redaksi yang berbeda-beda oleh para ilmunan diantaranya :

1. Lembaga ini haruslah mudah untuk didirikan, artinya lembaga ini harus sederhana untuk dapat ditangani dan dimengerti oleh pengusaha yang sebagian besar berpendidikan S1 atau setingkat.
2. Semua yang terlibat memiliki motivasi kuat untuk bukan saja mendirikan, tetapi juga membina dan mengembangkan lebih lanjut,oleh karena itu lembaga tersebut harus berkait dengan kepentingan yang mendasar dari pemiliknya.
3. Lembaga ini tidak saja memiliki aturan-aturan kerja yang lentur, efisien dan efektif, tetapi juga mandiri.
4. Transaksi-transaksi bisnis semuanya dilakukan atas dasar bagi hasil (mudharabah).
5. BMT tempat mencerdaskan kehidupan pengusaha kecil melalui kegiatan ikra dan penggalangan kedalam yang dilakukan secara kontinyu.
6. Memiliki sifat amanah dan saling percaya mempercayai dan diikuti dengan kegiatan-kegiatan keagamaan yang mengingatkan dan menanamkan prinsip-prinsip moral intelektual keagamaan kepada anggota.

BMT sebagai lembaga keuangan mikro syariah, memiliki ciri-ciri yang berbeda dengan lembaga keuangan yang sejenis. Namun demikian secara khusus memiliki ciri sebagai berikut.

1. Berorientasi bisnis, mencari laba bersama, meningkatkan pemanfaatan ekonomi paling banyak untuk anggota dan masyarakat.
2. Bukan lembaga sosial, tetapi bermanfaat untuk mengefektifkan pengumpulan dan pentasyarufan dana zakat, infaq dan sedekah bagi kesejahteraan orang banyak.
3. Ditumbuhkan dari bawah berlandaskan peran serta masyarakat di sekitarnya.

### **2.3.2 Profil Baitul Maal Wat Tamwil**

Adapun profil BMT secara umum menurut Soemitra (2017) sebagai berikut:

#### **1. Tujuan BMT**

Tujuan dari BMT yaitu meningkatkan kualitas usaha ekonomi untuk kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya.

#### **2. Sifat BMT**

Sifat BMT yaitu memiliki usaha bisnis yang bersifat mandiri, ditumbuhkembangkan dengan swadaya dan dikelola secara profesional serta berorientasi untuk kesejahteraan anggota dan masyarakat lingkungannya.

### 3. Visi BMT

Visi BMT yaitu menjadi lembaga keuangan yang mandiri, sehat dan kuat, yang kualitas ibadah anggotanya meningkat sedemikian rupa sehingga mampu berperan menjadi wakil pengabdian Allah SWT memakmurkan kehidupan anggota pada khususnya dan umat manusia pada umumnya.

### 4. Misi BMT

Misi BMT yaitu mewujudkan gerakan pembebasan anggota dan masyarakat dari belenggu rentenir, jerat kemiskinan dan ekonomi ribawi, gerakan pemberdayaan meningkatkan kapasitas dalam kegiatan ekonomi riil dan kelembagaannya menuju tatanan perekonomian yang makmur dan maju dan gerakan keadilan membangun struktur masyarakat madani yang adil dan berkemakmuran berkemajuan, serta makmur maju berkeadilan berdasarkan syariah dan ridho Allah SWT.

### 5. Fungsi BMT

Fungsi BMT yaitu (1) mengidentifikasi, memobilisasi, mengorganisir, dan mengembangkan potensi serta kemampuan ekonomi anggota, kelompok usaha anggota muamalat (Pokusma) dan kerjanya, (2) mempertinggi kualitas SDM anggota dan Pokusma menjadi lebih profesional dan Islami sehingga semakin utuh dan tangguh menghadapi tantangan global, (3) menggalang dan mengorganisir potensi masyarakat dalam rangka meningkatkan kesejahteraan anggota.

### 2.3.3 Prinsip Operasional Baitul Maal Wat Tamwil

BMT merupakan lembaga keuangan syariah dengan sistem bagi hasil, dalam mengelola dana yang ada BMT menggunakan beberapa prinsip operasionalnya, sebagaimana dijelaskan oleh Melina (2020) sebagai berikut:

1. Prinsip bagi hasil setiap jenis usaha yang di dalamnya ada prinsip bagi hasil, maka akan ada pembagian hasil antara BMT dengan nasabahnya.
2. Prinsip jual beli prinsip ini merupakan suatu tata cara jual beli yang dalam pelaksanaannya BMT mengangkat nasabah sebagai agen yang diberi kuasa melakukan pembelian barang atas nama BMT, dan kemudian bertindak sebagai penjual dengan menjual barang yang telah dibelinya tersebut ditambah mark-up. Keuntungan yang didapat BMT akan dibagi bersama dengan penyediandana berdasarkan kesepakatan.
3. Prinsip non profit Ini merupakan suatu prinsip yang sering disebut sebagai pembiayaan kebajikan atau pembiayaan yang bersifat sosial dan non komersial. Dalam pembiayaan ini nasabah cukup mengembalikan pokok pinjamanya saja.
4. Prinsip akad bersyarikat akad bersyarikat adalah kerjasama antara dua pihak atau lebih yang masing-masing pihak mengikutsertakan modal dalam berbagai bentuk dengan

perjanjian pembagian keuntungan atau kerugian yang disepakati.

5. Prinsip pembiayaan penyediaan uang dan tagihan berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam meminjam diantara BMT dengan pihak lain, yang mewajibkan pihak pinjaman untuk melunasi hutangnya beserta bagi hasil setelah jangka waktu tertentu.

Disamping prinsip di atas, pada BMT juga terdapat prinsip-prinsip non bisnis lainya dalam operasionalnya, seperti dalam produk input dana ibadah, seperti zakat, infaq, sedekah yang diserahkan langsung pada yang berhak menerimanya

#### **2.4 Penelitian terdahulu**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh Rokhman (2016), Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh biaya pinjaman (*cost of loan*), pembiayaan *Baitul mal wat tamwil* (BMT) di kabupaten Kudus. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen pembiayaan BMT yang telah menjadi nasabah di atas 1 tahun dengan menggunakan tehnik purposive sampling. 150 kuesioner didistribusikan ke nasabah pembiayaan di 10 BMT yang beroperasi di Kabupaten Kudus. Kuesioner yang kembali sebanyak 112 kuesioner tetapi hanya 96 kuesioner yang dapat dianalisis lanjutan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa angsuran dan kualitas pelayanan pengaruh yang positif signifikan terhadap kepuasan nasabah pembiayaan.



Penelitian yang telah dilakukan oleh Nisa (2020) berjenis kuantitatif memakai sampel berjumlah sebanyak 64 nasabah BMT Sidogiri cabang Kabupaten Bangkalan. Metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan angket (kuisiner) dengan model tertutup. Analisis data menggunakan uji analisa regresi linier sederhana dan, uji parsial. Penelitian ini menemukan hasil yaitu uji berada pada nilai yang signifikan dengan besar 0,00 sehingga lebih besar dari 0,05 yang artinya yaitu variabel kualitas pelayanan memberikan pengaruh signifikan dan arah yang baik kepada kepuasan nasabah. Sedangkan hasil uji koefisien determinan ( $R^2$ ) berada pada nilai 0,145 yang artinya variabel kualitas pelayanan berpengaruh sebesar 14,5 persen terhadap kepuasan nasabah. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan sangat berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.

Penelitian Setiawan et.al (2019) Uji validitas dan uji reliabilitas digunakan untuk menguji alat ukur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *responsiveness* dengan koefisien sebesar 0,003, *assurance* dengan koefisien sebesar 0,016, *tangible* dengan koefisien sebesar 0,037, *reliability* dengan koefisien sebesar 0,040 berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Analisis koefisien determinasi menunjukkan bahwa bahwa 59,2% kepuasan konsumen dipengaruhi kualitas pelayanan. Sedangkan sisanya 40,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian.

Kemudian ada penelitian yang dilakukan oleh Nanicova (2019) Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif.



Jumlah sampel yang ditetapkan pada penelitian ini sebanyak 100 responden. Metode pengumpulan data penelitian dilakukan melalui penyebaran angket dengan menggunakan lima poin skala likert sebagai alat ukur. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis linier sederhana dengan uji kelayakan model (uji F) dan uji regresi parsial (uji t). Proses pengolahan data dilakukan dengan menggunakan program Statistical Package for Social Science (SPSS) 23. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Noach Cafe and Bistro.

Masturah et.al (2017) dalam penelitiannya bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan Islami terhadap kepuasan konsumen salon Muslimah yang ada di Banda Aceh. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen salon Vivi Spa. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif deskriptif. Sampel yang diambil sebanyak 100 responden dengan menggunakan teknik purposive sampling. Berdasarkan hasil analisis secara parsial (Uji T), keandalan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai signifikansi  $0,026 > 0,05$ , kesigapan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai signifikansi  $0,001 < 0,05$ , empati tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai signifikannya  $0,138 < 0,05$ , jaminan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai signifikannya  $0,389 < 0,05$  dan nyata berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai signifikannya

$0,006 < 0,05$ . Hasil analisis secara simultan (Uji F) menunjukkan bahwa seluruh variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Rohaeni & Marwa (2018) bertujuan untuk mengetahui Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Primajasa Perdanarayutama Bandung. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif. Pengaruh kualitas pelayanan memiliki hubungan kuat terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dapat ditunjukkan dari hasil uji koefisien korelasi, hasil uji koefisien determinasi diperoleh hasil yang cukup besar dan signifikan pengaruhnya sehingga mengandung makna bahwa kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, walaupun kepuasan pelanggan masih juga dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Ibrahim & Thawil (2019) dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen sebanyak 50 responden yang diambil dengan teknik *purposive*. Regresi berganda digunakan untuk pengujian hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan belum dapat membuktikan hubungan terhadap kepuasan pelanggan.

**Tabel 2. 1**  
**Penelitian Terkait**

No	Peneliti	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Pengaruh Biaya, Angsuran Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pembiayaan Bmt Di Kabupaten Kudus. (Rokhman, 2016)	Metode kuantitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap kepuasan nasabah pembiayaan.	Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah Variabel independen : kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen Teknik pengumpulan data: kuesioner	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis terletak pada objek penelitian yang berbeda dan juga terdapat perbedaan pada indikator variabel yang diteliti.
2	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bmt Ugt Sidogiri Cabang Bangkalan. (Nisa, 2020)	Metode kuantitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan sangat berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.	Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah variabel X yaitu variabel kualitas pelayanan dan variabel Y kepuasan pelanggan. Teknik pengumpulan data: kuesioner	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis terletak pada objek penelitian yang berbeda dan pada tehnik olah data menggunakan regresi linear sederhana.

3	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. (Setiawan, Qomariah, & Hermawan, 2019)	Metode kuantitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 59,2% kepuasan konsumen dipengaruhi kualitas pelayanan. Sedangkan sisanya 40,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian.	Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah variabel X yaitu variabel kualitas pelayanan dan variabel Y kepuasan pelanggan. Sama-sama menggunakan metode kuantitatif.	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis terletak pada objek penelitian yang berbeda
4	Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Noach Cafe And Bistro. (Naninova, 2019)	Metode kuantitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Noach Cafe and Bistro.	Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah variabel X yaitu variabel kualitas pelayanan dan variabel Y kepuasan pelanggan. menggunakan metode kuantitatif.	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis terletak pada objek penelitian yang berbeda

5	Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Kepuasan Konsumen Salon Muslimah Di Banda Aceh (Masturah et.al, 2017)	Metode kuantitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan (Uji F) menunjukkan bahwa seluruh variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen	Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah variabel X yaitu variabel kualitas pelayanan dan variabel Y kepuasan pelanggan. Sama-sama menggunakan metode kuantitatif.	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis terletak pada objek penelitian yang berbeda
6	Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Rohaeni & Marwa, 2018)	Metode kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan hasil yang cukup besar dan signifikan pengaruhnya sehingga mengandung makna bahwa kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan	Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah variabel X yaitu variabel kualitas pelayanan dan variabel Y kepuasan pelanggan. Sama-sama menggunakan metode kuantitatif.	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis terletak pada objek penelitian yang berbeda

7	Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. (Ibrahim & Thawil, 2019)	Metode kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan belum dapat membuktikan hubungan terhadap kepuasan pelanggan.	Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah variabel X yaitu variabel kualitas pelayanan dan variabel Y kepuasan pelanggan. Sama-sama menggunakan metode kuantitatif.	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis terletak pada objek penelitian yang berbeda
---	---	--------------------	---	---	--

Sumber : Data Diolah (2023)

## 2.5 Kerangka Berpikir

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat dibuat skema kerangka berfikir yang menggambarkan variable-variabel yang dijelaskan sebelumnya.

**Gambar 2.1**  
**Kerangka Berpikir**



## 2.6 Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan sementara yang selanjutnya diuji kebenarannya sesuai dengan model dan analisis yang cocok. Hipotesis penelitian dirumuskan atas dasar masalah dan landasan teori, maka hipotesisnya adalah:

Ho : Kualitas pelayanan (x) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (y) pada BMT Taman indah kecamatan Baitussalam.

Ha : Kualitas pelayanan (x) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (y) pada BMT Taman indah kecamatan Baitussalam.

## **2.7 Keterkaitan Antar Variabel**

### **2.7.1 Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen**

kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian (*disconfirmation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. Tingkat kepuasan antara konsumen yang satu dengan yang lain memang cenderung berbeda hal ini terjadi karena adanya beberapa faktor seperti umur, pekerjaan, pendapatan, pendidikan, jenis kelamin, kedudukan sosial, tingkat ekonomi, budaya, sikap mental dan kepribadian. Jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan (Risal, 2019).

Menurut (Setiadi & Manafe, 2021) Apabila konsumen mendapatkan pelayanan buruk maka hal tersebut dapat berisiko terhadap perusahaan, yang dapat mengurangi jumlah pelanggan. Karena itu kualitas pelayanan dapat dilihat dari segi kemampuan perusahaan dalam mengelola kualitas pelayanan yang baik dan



dapat nilai oleh konsumen dengan harapan yang baik bagi para konsumen.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Setiawan et.al (2019) Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, empati dan jaminan terhadap kepuasan konsumen. Analisis koefisien determinasi menunjukkan bahwa bahwa 59,2% kepuasan konsumen dipengaruhi kualitas pelayanan. Sementara itu pada penelitian yang dilakukan oleh Ibrahim & Thawil (2019) Hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan belum dapat membuktikan hubungan terhadap kepuasan pelanggan.



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Variabel penelitian yang akan diteliti yaitu variabel kualitas pelayanan (X) dan kepuasan Nasabah (Y). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dengan menggunakan pendekatan *field research* dengan arah penelitian deskriptif Kuantitatif. metode penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang didasari oleh filsafat positivisme digunakan untuk meneliti populasi dan sampel tertentu (Sugiyono, 2019:8). Agar memperoleh data yang relevan, peneliti membuat serangkaian penelitian secara langsung di BMT Taman Indah Baitussalam.

#### **3.2 Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian dilakukan pada BMT Taman Indah yang berlokasi di Cot Paya, Kec. Baitussalam, Kabupaten Aceh Besar, Aceh. Metode yang digunakan ialah metode survey dengan membagikan kuesioner pada responden sebagai instrumen penelitiannya.

#### **3.3 Populasi dan Sampel Penelitian**

##### **3.3.1 Populasi**

Sugiyono (2019:126) Mendefinisikan populasi sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas objek /subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang telah diputuskan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, obyek dan

benda-benda alam yang lain juga termasuk kedalam populasi. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, melainkan seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu sendiri. Berdasarkan pengertian tersebut maka populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh nasabah BMT Taman indah kecamatan Baitussalam pada tahun 2023 yang digabungkan antara nasabah pembiayaan dan nasabah tabungan yang berjumlah 1392 orang.

### **3.3.2 Sampel**

Menurut Sugiyono (2019:81) Sampel merupakan sebagian dari jumlah populasi. Apabila sampel terlalu besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu, maka sampel yang diambilkan perlu benar-benar representatif. Metode sampel yang digunakan adalah insidental sampling yaitu teknik pengambilan sampel yang dilakukan kepada siapa saja yang secara tidak sengaja bertemu dengan peneliti dan dapat dijadikan sampel serta layak untuk dijadikan sumber data. Sampel dianggap mewakili populasi yang hasilnya mewakili seluruh gejala yang telah dipelajari atau diamati. Metode pengambilan data menggunakan Teknik insidental sampling, insidental sampling adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang orang kebetulan ditemui itu cocok

sebagai sumber data. Adapun kriteria sampel yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah

- a. Nasabah aktif di BMT Taman indah kecamatan Baitussalam.
- b. Nasabah yang akan, sedang, maupun sudah melakukan transaksi di BMT Taman indah kecamatan Baitussalam.

Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan rumus slovin. Rumus slovin digunakan untuk mengetahui ukuran sampel dari populasi yang telah diketahui yaitu Rumus *Slovin*.

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

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Error level (tingkat kesalahan) umumnya digunakan 1% (0,01) atau 5% (0,05), atau 10% (0,1)

$$n = N / (1 + (N \times 0,1^2))$$

sehingga:

$$n = 1392 / (1 + (1392 \times 0,1^2))$$

$$n = 1392 / (1 + (1392 \times 0,01))$$

$$n = 1392 / (1 + 13,92)$$

$$n = 1392 / 14,92$$

$$n = 93.2 \text{ (Dibulatkan menjadi 93 responden)}$$

Berdasarkan rumus tersebut, sampel penelitian tersebut sebanyak 93 nasabah di BMT Taman indah Baitussalam. Peneliti memberikan beberapa pertanyaan yang telah disusun kepada 93 nasabah BMT Taman indah Baitussalam untuk mewakili populasi keseluruhan nasabah BMT Taman indah Baitussalam.

### **3.4 Sumber Data**

Sumber data merupakan salah satu yang sangat menentukan keberhasilan penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua sumber data yang berkaitan dengan pokok permasalahan, yaitu sumber data primer dan data sekunder.

#### **3.4.1 Data primer**

Data primer adalah data yang diperoleh peneliti dari sumber aslinya. Data primer ini merupakan data utama yang akan diolah dan diteliti dalam mengumpulkan data dalam penelitian ini (Indra & Cahyaningrum, 2019). Sumber data primer ini diperoleh dari data akurat yang berasal dari nasabah di BMT Taman Indah, sebagai tempat penelitian dan pelaksanaan penelitian.

#### **3.4.2 Data Skunder**

Data sekunder adalah data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen (Sugiyono, 2019:213). Data ini diperoleh dari perpustakaan atau laporan-laporan penelitian terdahulu. Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari sumber yang telah ada diantaranya data Nasabah BMT Taman Indah, Al-Qur'an, buku, jurnal, dll.

### **3.5 Teknik Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini, jenis penelitian yang di gunakan adalah field research (penelitian lapangan), sehingga metode yang di gunakan peneliti adalah :

#### **3.5.1 Kuesioner**

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk mereka jawab. Dalam penelitian ini, peneliti menyebarkan kuesioner dan juga melalui bantuan pihak BMT Taman Indah untuk disebarkan kepada para nasabah mereka. Menurut Sugiyono (2019:92) skala Likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang terhadap fenomena sosial. Pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala 1 sampai dengan 4 poin. Dimana dari skala 1 yang mengacu pada “Sangat Tidak Setuju (STS)”, sedangkan skala 4 atau yang paling tinggi mengacu pada “Sangat Setuju (SS)”. Dalam penelitian ini menggunakan empat kategori jawaban, yaitu :

**Tabel 3. 1**  
**Skala Likert**

Sangat Setuju	Skor 4
Setuju	Skor 3
Tidak Setuju	Skor 2
Sangat Tidak Setuju	Skor 1

Sumber : (Sugiyono, 2014:93)

Penggunaan instrumen kuesioner dengan menggunakan skala likert empat skala memiliki beberapa kelebihan yaitu dapat menyaring data penelitian lebih akurat dikarenakan kategori jawaban undecided yang mempunyai arti ganda, atau dapat diartikan responden yang belum dapat memutuskan atau memberi jawaban tidak digunakan di dalam kuesioner dikarenakan dapat menimbulkan (*central tendency effect*) yang dapat menghilangkan banyak data penelitian sehingga mengurangi banyaknya informasi yang seharusnya diperoleh dari para responden.

Dengan mempertimbangkan beberapa kelebihan dan kekurangan skala Likert dengan empat skala serta membandingkannya dengan skala Likert lima skala, maka peneliti memutuskan untuk menggunakan skala Likert dengan empat skala yang sesuai dengan kebutuhan data penelitian. Penyebaran kuesioner dilakukan langsung oleh peneliti yang terjun langsung dan di bantu oleh pihak BMT untuk di uji langsung kepada para nasabah BMT Taman Indah.



### 3.6 Definisi dan Operasional Variabel

Variabel Penelitian adalah suatu atribut atau nilai dari objek yang mempunyai variasi tertentu yang di tetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian di tarik kesimpulan atasnya. Variabel dan Indikator dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

**Tabel 3. 2**  
**Indikator Operasional Variabel**

Variabel	Definisi	Indikator
Kepuasan Nasabah (y)	kepuasan konsumen dapat diartikan sebagai suatu perasaan yang dimiliki oleh konsumen yang sesuai dengan harapan mereka dan juga terdapat rasa puas dan nyaman sesuai keinginan konsumen. (Zulkarnaen & Amin, 2018)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Perasaan puas (puas akan produk dan pelayanan)</li> <li>2. Minat untuk berkunjung kembali.</li> <li>3. Merekomendasikan kepada orang lain (Fikri et.al, 2022)</li> </ol>
Kualitas pelayanan (x)	kualitas pelayanan dapat dipahami dalam upaya memuaskan keinginan dan kebutuhan pelanggan. sekaligus menyeimbangkan harapan pelanggan (Caniago & Rustanto, 2022)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kepatuhan syariah (<i>Shariah Compliance</i>)</li> <li>2. Jaminan/Kepastian (<i>Assurance</i>)</li> <li>3. Daya tanggap (<i>Responsiveness</i>)</li> <li>4. Bukti fisik (<i>Tangible</i>)</li> <li>5. Empati (<i>Empathy</i>)</li> <li>6. Kehandalan (<i>Reliability</i>) (Prijanto et.al, 2021)</li> </ol>

Sumber : Data Diolah (2023)

### 3.7 Teknik Analisis Data

Metode dan teknik analisis data dalam penelitian merupakan komponen terpenting dalam sebuah penelitian. langkah ilmiah yang komprehensif digunakan untuk mencari solusi dari suatu masalah yang teliti. Metode penelitian sendiri dapat diartikan sebagai suatu prosedur yang digunakan untuk mencapai tujuan atau hasil akhir dalam penelitian (Anshori, 2020). Adapun Uji analisis yang dilakukan pada penelitian kali ini yaitu :

#### 3.7.1 Uji Validitas

Menurut Hasyim et.al (2021) uji validitas dilakukan untuk mengukur sah atau validnya suatu kuesioner sehingga dapat sesuai dengan apa yang diharapkan untuk mendapatkan hasil yang akurat. Suatu kuesioner dapat dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut, Uji validitas diukur dengan membandingkan nilai  $r$  hitung dengan  $r$  tabel untuk  $df = n-2$  dengan alfa 0,1. Adapun kriteria penilaian uji validitas yaitu:

1. Apabila  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, maka dapat dinyatakan item kuesioner tersebut valid.
2. Apabila  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel, maka dapat dinyatakan item kuesioner tersebut tidak valid.

#### 3.7.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menurut Hasyim et.al (2021) merupakan indikator apakah suatu alat ukur dapat diandalkan. Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi hasil kuesioner atas

penggunaan berulang. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap penataan adalah konsisten dan stabil dari waktu ke waktu. Dalam penelitian ini menggunakan rumus Cronbach Alpha dengan ketentuan:

1. Apabila Cronbach Alpha  $> 0,60$  berarti reliabel.
2. Apabila Cronbach Alpha  $< 0,60$  berarti tidak reliabel.

### 3.7.3 Analisis Regresi Sederhana

Analisis Regresi Sederhana adalah hubungan linier antara satu variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y). Analisis regresi sederhana dapat digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat, apakah mempunyai hubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai variabel terikat jika nilai variabel bebas bertambah atau berkurang (Sugiyono, 2019). Dalam Regresi Sederhana, biasanya data yang digunakan memiliki skala interval atau rasio. Rumus regresi linier sederhana adalah sebagai berikut

$$Y = a + bX + e$$

Keterangan:

- Y = Kepuasan Nasabah (variabel terikat)  
X1 = Kualitas Pelayanan (variabel bebas)  
a = Nilai variabel jika X bernilai 0  
bX = Koefisien regresi (Pengaruh positif atau negatif)  
e = Tingkat Kesalahan (error)

Analisis Regresi Sederhana digunakan untuk mengetahui persamaan persamaan yang ada antara variabel Kualitas Pelayanan (X) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) di BMT Taman indah Baitussalam.

### **3.8 Uji Asumsi Klasik**

Uji asumsi klasik bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi menunjukkan hubungan yang signifikan. Menurut Sugiyono (2019:58), uji asumsi klasik meliputi uji normalitas dan uji heteroskedastisitas. Jadi sebelum mendapatkan data atau model yang tepat. Uji asumsi klasik dilakukan terlebih dahulu yang terdiri dari antara lain :

#### **3.8.1 Uji Normalitas**

Uji normalitas mempunyai tujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya terdistribusi normal ataupun tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Pada uji normalitas data dapat dilakukan dengan menggunakan uji *One Sample Kolmogorov Smirnov* yaitu dengan ketentuan apabila nilai signifikansi diatas 5% atau 0,05 maka data memiliki distribusi normal. Sedangkan jika hasil uji *One Sample Kolmogorov Smirnov* menghasilkan nilai signifikan dibawah 5% atau 0,05 maka data tidak memiliki distribusi normal (Priadana dan Muis, 2016:226).

#### **3.8.2 Uji Heteroskedastisitas**

Uji Heteroskedistisitas digunakan untuk menguji apakah didalam model regresi terjadi ketidaksamaan pada variance dari

residual satu pengamat ke pengamat lainnya. Jika variance dari residual satu pengamat ke pengamat lain bersifat tetap, maka disebut homoskedisitas dan jika berbeda maka disebut heterokedisitas (Sunarto et al, 2018). Dalam penelitian ini untuk mengetahui heterokedisitas adalah dengan melihat grafik dari scatterplot, jika dalam grafik scatterplot penyebaran data tidak teratur dan tidak membentuk pola tertentu maka tidak terjadi heterokedisitas.

Dasar untuk menilai scatterplot adalah sebagai berikut:

1. Tidak ada pola tertentu seperti titik-titik yang membentuk pola yang teratur dengan yang bergelombang, melebar kemudian menyempit, maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y maka dapat di artikan tidak terjadi heteroskedastisitas

### 3.9 Uji Hipotesis

Setelah dilakukan analisis, hasilnya akan diuji dalam pengujian hipotesis yang akan digunakan untuk menentukan perkiraan sementara dari hasil penelitian. Menurut Sugiyono (2019), hipotesis adalah jawaban sementara terhadap suatu rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian tersebut telah dituangkan dalam bentuk kalimat tanya, dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan hanya berdasarkan teori yang

relevan, tidak berdasarkan fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.

### 3.9.1 Uji Parsial (Uji T)

Uji parsial bertujuan untuk memastikan apakah variabel bebas yang terdapat dalam model regresi tersebut secara individu berpengaruh terhadap nilai variabel terikat. Uji parsial atau uji individu pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh satu variabel independen secara individual menerangkan variasi variabel dependen (Nursiyono dan Nadeak, 2022:129). Uji parsial dilakukan dengan cara membandingkan  $T$  hitung dan  $T$  tabel dengan ketentuan untuk degree of freedom ( $df = n - k - 1$ ) dengan tingkat signifikansi 5% (0,05).

Pada uji parsial ini menyatakan pengujian ini memiliki ketentuan-ketentuan, yaitu:

1. Jika probabilitas (signifikansi)  $< 0,05$  atau  $t$  hitung  $> t$  tabel, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang berarti variabel bebas dapat menerangkan variabel terikat secara individual.
2. Jika probabilitas (signifikansi)  $> 0,05$  atau  $t$  hitung  $< t$  tabel maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak yang berarti variabel bebas tidak dapat menerangkan variabel terikatnya secara individual.

### 3.9.2 Uji Koefisien Korelasi

Uji Koefisien korelasi dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan antara kedua variabel atau untuk mengetahui seberapa kuat hubungan sebab akibat yang terjadi antara Kualitas

Pelayanan (X) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) di BMT Taman Indah Baitussalam. Dalam uji korelasi akan memunculkan koefisien korelasi yang bertujuan untuk mengetahui kekuatan hubungan antar variabel, bisa bersifat positif atau searah ataupun bersifat negatif atau tidak searah.





## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

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

##### **4.1.1 Sejarah Berdirinya Baitul Mal Wat Tamwil (BMT)**

###### **Taman Indah**

Baitul Mal Wa Tamwil (BMT) Taman Indah adalah sebuah lembaga keuangan mikro syariah yang prinsip operasionalnya mengacu kepada prinsip-prinsip syariat Islam. BMT Taman Indah didirikan pada tanggal 22 Desember tahun 2008, koperasi BMT Taman Indah merupakan lembaga yang berbadan hukum koperasi yang memiliki konsentrasi terhadap pemberdayaan ekonomi masyarakat korban bencana tsunami melalui pembiayaan modal usaha bagi mereka yang ekonominya lemah. Pada awal berdirinya, koperasi BMT Taman Indah hanya berkantor di rumah dan memanfaatkan garasi rumah untuk dijadikan kantor operasional dengan jumlah tenaga kerja hanya dua orang dan sistem pencatatan laporan keuangan hanya dengan manual. Pada tahun kedua BMT Taman Indah mendapat bantuan sistem komputerisasi pelaporan keuangan dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Koperasi (DISPERINDAGKOP) Aceh Besar sekaligus pelatihan karyawan di bidang sistem informasi (IT), hingga saat ini sistem tersebut terus disempurnakan oleh BMT Taman Indah sesuai dengan kebutuhan sehingga sudah berstandar Bank Indonesia.

Dengan terus berkembangnya usaha dan adanya kepercayaan dari Bank, khususnya BMT Taman Indah yang pertama sekali pada tahun 2009 BMT Taman Indah diberikan

pembiayaan modal kerja sebesar RP. 2.400.000.000 (Dua Milyar Empat Ratus Juta Rupiah). Pada akhir tahun 2011 BMT Taman Indah juga diberi kepercayaan dari Bank Syariah Mandiri dengan dikucurkan pembiayaan mudharabah wal murabahah sebesar RP. 1.000.000.000 (Satu Milyar Rupiah) Sehingga usaha BMT Taman Indah terus berkembang sampai di luar Kabupaten Aceh Besar yaitu Sigli, Sabang, Lhokseumawe dan Banda Aceh.

BMT Taman Indah Baitussalam merupakan kantor Pusat BMT Taman Indah yang terletak di kecamatan Baitussalam Aceh Besar. BMT Taman Indah Baitussalam menawarkan pembiayaan dengan akad rahn yang diberikan dengan adanya jaminan. BMT Taman Indah Baitussalam telah banyak memberdayakan masyarakat sekitar dengan banyak memberikan pinjaman pembiayaan.

#### **4.1.2 Visi dan Misi BMT Taman Indah Baitussalam**

Menurut dokumentasi BMT Taman Indah, ada beberapa visi yang telah disepakati, di antaranya yaitu:

- a. Memajukan perekonomian masyarakat
- b. Membantu masyarakat yang telah dilanda musibah
- c. Mensejahterakan anggota koperasi

Selain dari pada visi yang telah dibentuk, untuk mencapai visi tersebut maka dibentuknya misi yang merupakan tujuan jangka menengah dan juga jangka pendek, di antaranya adalah:

- a. Pemberdayaan usaha-usaha anggota melalui pembiayaan oleh koperasi.

- b. Meningkatkan pelayanan pembiayaan bagi anggota dan calon anggota koperasi.
- c. Menciptakan peluang pasar melalui kontak dagang dan promosi baik lokal maupun luar daerah.

Selain dari visi dan misi yang telah dibentuk yang merupakan target atau tujuan yang akan di capai dalam kurun waktu tertentu, BMT Taman Indah juga membuat motto untuk menjadi karakter dari pada lembaga tersebut, adapun mottonya perusahaan yaitu: “Kepercayaan dan kebijaksanaan”.

#### **4.1.3 Struktur Pengurus dan Dewan Pengawas**

##### **a. Pengurus**

Ketua : Ulyani, Se, Ak  
Sekretaris : Afrizal  
Bendahara : Masykur, Se

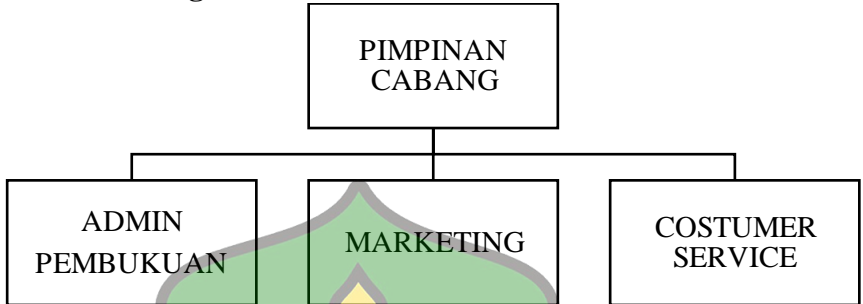
##### **b. Dewan Pengawas**

Ketua : Khairunnas  
Anggota : Arifin  
Anggota : Masdar  
Anggota : Nurul Azmi Lc.

##### **c. Dewan Pengawas Syariah**

Ketua : Masrul Aidi, Lc  
Anggota : Jamilah Abdullah  
Anggota : Khairun Nidham

**Gambar 4. 1**  
**Struktur Organisasi BMT Taman Indah Baitussalam**



Sumber : BMT Taman Indah Baitussalam

Adapun tugas dan fungsi dari struktur organisasi di BMT Taman Indah Banda Aceh, meliputi:

### **1. Pimpinan Cabang**

Fungsi Pimpinan Cabang ialah melakukan pengawasan secara keseluruhan atas aktivitas lembaga dalam rangka menjaga kekayaan BMT dan memberikan arahan dalam upaya lebih mengembangkan dan meningkatkan kualitas BMT. Tugas Pimpinan Cabang antara lain:

- a. Membina, memotivasi dan mengontrol kedisiplinan dan performa kerja bawahannya.
- b. Melaksanakan pemeriksaan, persetujuan dan pencairan pembiayaan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- c. Mengatur dan menjaga kestabilan sirkulasi keuangan.
- d. Bertanggung jawab terhadap pencapaian target pendapatan yang telah ditetapkan oleh manager.
- e. Memberikan masukan pada pengelola mengenai strategi Pimpinan Cabang Admin Pembukuan Marketing

Customer Service strategi yang dapat dikembangkan BMT dalam pencapaian target.

## 2. Admin Pembukuan

Fungsi Admin Pembukuan ialah mengelola administrasi pembiayaan mulai dari pencairan hingga pelunasan dan membuat surat-surat perjanjian lain. Tugas Admin Pembukuan antara lain:

- a. Menyiapkan administrasi pencairan dan melakukan proses dropping.
- b. Pengarsipan seluruh berkas pembiayaan.
- c. Penerimaan angsuran dan pelunasan pembiayaan
- d. Membuat dan mengirimkan surat peringatan pada nasabah yang akan jatuh tempo
- e. Membuat surat/ akad perjanjian pembiayaan maupun perjanjian lainnya.

## 3. Marketing

Fungsi Marketing ialah melayani pengajuan analisa kelayakan serta memberikan rekomendasi atas pengajuan pembiayaan sesuai dengan hasil analisa yang telah dilakukan.

Tugas Marketing antara lain:

- a. Memastikan seluruh pengajuan pembiayaan telah diproses sesuai dengan proses sebenarnya
- b. Melayani pengajuan pembiayaan dan memberikan penjelasan mengenai produk pembiayaan

- c. Melakukan pengumpulan informasi mengenai calon nasabah melalui kegiatan wawancara dan on the spot (kunjungan lapangan)
- d. Mengupayakan kelengkapan syarat
- e. terselesaikannya pembiayaan bermasalah

#### 4. *Customer Service*

Fungsi *Customer Service* ialah menjaga image BMT dengan cara membina hubungan baik dengan seluruh nasabah, sehingga nasabah merasa senang, puas dan makin percaya kepada BMT. Kemudian yang terpenting adalah sebagai penghubung antara BMT dengan seluruh nasabah. Tugas *Customer Service* ialah:

- a. Pelayanan terhadap pembukuan dan penutupan rekening tabungan dan deposito serta mutasinya.
- b. Pelayanan terhadap setoran, penarikan tabungan dan penerimaan SPP.
- c. Menerima pelunasan dan angsuran pembiayaan.
- d. Pelayanan karyawan kepada nasabah yang mengajukan pembiayaan.
- e. Pengarsipan seluruh surat keluar atau masuk dan berkas-berkas pembiayaan.

#### 4.1.4 Produk-Produk BMT Taman Indah

##### 1. Produk Simpanan

Simpanan Wadiah Zahra: simpanan dengan akad wadiah (titipan) yang penyetorannya dilakukan dengan cara jempot bola, pihak BMT yang berperan mengambil setoran harian adalah *Account Officer* (AO). AO akan mendatangi nasabah setiap hari untuk menerima setoran bagi nasabah yang ingin menyetor yaitu minimal Rp5000, produk ini sangat bermanfaat bagi nasabah, karena mereka tidak perlu susah payah mendatangi kantor apabila mereka sibuk bekerja, mereka hanya menunggu pihak BMT sendiri yang mendatangnya. Keunggulan pada produk simpanan Wadiah zahra ini tidak ada pemotongan sama sekali, sisa uang pada tabungan Rp20.000, tidak ada biaya ADM bahkan biaya untuk pengambilan setoran harian pun tidak ada.

Pada produk simpanan wadiah ini BMT Taman Indah tidak memiliki keuntungan namun tabungan yang di dapat akan di putar untuk pembiayaan, sehingga keuntungan yang di dapat adalah dari keuntungan pembiayaan. Syarat pembukaan rekening:

1. Tercatat sebagai nasabah BMT Taman Indah
2. Mengisi dan menandatangani formulir pembukaan rekening
3. Pembukaan rekening pertama sebesar Rp25.000, dan akan mendapatkan buku tabungan.



## 2. Produk Pembiayaan

### a. Mudharabah

Yaitu akad kerja sama dimana pihak BMT menjadi pemberi pinjaman modal kepada nasabah yang ingin menjalankan usahanya. Namun hasil dari usaha di bagi antara kedua belah pihak sesuai kesepakatan. Bagi hasil pada akad mudharabah adalah 2% perbulan dan 24% pertahunnya. Jika dilakukan tidak sesuai akad 24% pertahun tidak menjadi bagi hasil antara BMT dengan nasabah pembiayaan, namun hanya untuk pihak BMT saja.

### b. Murabahah

Pembiayaan konsumtif, yakni penyediaan barang modal atau barang konsumtif oleh BMT Taman Indah kepada nasabah. Berdasarkan akad ini BMT akan mendapatkan keuntungan yang besarnya dihitung atas dasar kesepakatan nasabah yang membayar secara angsuran. Namun pada akad ini dengan keterbatasan waktu dan tenaga kerja BMT memilih untuk memberikan langsung pinjaman kepada nasabah dan nasabah sendiri yang mempergunakan uang tersebut. Margin yang di tentukan pada akad murabahah juga 24% pertahunnya. Syarat mengajukan pembiayaan: (BMT Taman Indah 2023)

- a. Surat permohonan (disediakan oleh BMT Taman Indah)
- b. Fotokopi KTP/SIM (yang masih berlaku)
- c. Fotokopi kartu keluarga (yang terbaru)
- d. Fotokopi STNK kendaraan (pajak masih berlaku)

- e. Fotokopi BPKB kendaraan (yang jelas)
- f. Pasphoto 3x4 warna (suami/istri)
- g. Foto jaminan kendaraan 2 lembar
- h. Rekening listrik (bulan terakhir)

### **3. Layanan PPOB (*Payment Point Online Bank*)**

Layanan PPOB lahir karena berkembangannya akses internet, dimana layanan ini adalah dapat melakukan pembayaran yang bersifat online seperti pembayaran tagihan listrik, PDAM, Telepon, Token listrik, Pulsa seluler, bayar cicilan, dan Top Up Brizzi.

Pada BMT Taman Indah juga bisa melakukan Setor Tunai dan Tarik Tunai milik bank seperti bank BSI, BCA, Bank Bukopin, Permata Bank dan Bank Aceh. Dengan membuka layanan PPOB ini BMT Taman Indah dapat memperoleh peluang usaha sampingan untuk menambah pendapatan.

## **4.2 Statistik Deskriptif**

### **4.2.1 Analisis Deskriptif Responden**

Responden dalam penelitian ini yaitu nasabah yang melakukan transaksi di BMT Taman Indah Baitussalam. Instrumen yang digunakan untuk penelitian adalah kuisioner yang dibagikan kepada 93 responden melalui pembagian kuisioner langsung ke para nasabah di lokasi tersebut. Ada beberapa karakteristik masing masing responden yaitu, nama responden (tidak harus diisi), jenis kelamin, agama, usia responden, pendidikan terakhir, pekerjaan, dan jangka waktu menjadi nasabah di BMT Taman Indah. Data ini

bertujuan sebagai gambaran suatu keadaan atau kondisi responden sehingga memudahkan peneliti dalam mendapatkan informasi dan memahami hasil-hasil penelitian nantinya.

### 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan data primer yang telah diolah, maka hasil persebaran responden berdasarkan jenis kelamin dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 4.1.

**Tabel 4. 1**  
**Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis kelamin	Jumlah Responden	Persentase
Laki-Laki	77	82,8 %
Perempuan	16	17,2%
<b>Total</b>	<b>93</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data Primer diolah oleh spss (2023)

Berdasarkan Tabel 4.1 menunjukkan bahwa dari 93 sampel Nasabah yang melakukan transaksi di BMT Taman Indah yang berjenis kelamin laki – laki berjumlah 77 orang atau 82,8% dan yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 16 orang atau 17,2%. Dengan demikian menunjukkan bahwa mayoritas responden nasabah yang melakukan transaksi di BMT Taman Indah Baitussalam adalah Laki-Laki.

## 2. Karakteristik responden Berdasarkan Agama

Berdasarkan data primer yang telah diolah, maka hasil persebaran responden berdasarkan agama dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 4.2

**Tabel 4. 2**  
**Jumlah Responden Berdasarkan Agama**

Agama	Jumlah Responden	Persentase
Islam	93	100%
Lainnya	0	0%
<b>Total</b>	<b>93</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data Primer Diolah Oleh Spss (2023)

Berdasarkan Tabel 4.2 menunjukkan bahwa dari 93 sampel Nasabah di BMT Taman Indah yang beragama Islam berjumlah 93 orang atau 100% sedangkan agama lainnya tidak ada atau 0%. Dengan demikian menunjukkan bahwa seluruh responden nasabah BMT Taman Indah Baitussalam beragama Islam.

## 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan data primer yang telah diolah, maka hasil persebaran responden berdasarkan Usia responden dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 4.3.

**Tabel 4. 3**  
**Jumlah Responden Berdasarkan Usia**

<b>Usia Responden</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Persentase</b>
Kurang dari 25 Tahun	8	8.6
25-35 Tahun	33	35.5
36-50 Tahun	36	38.7
Lebih dari 50 Tahun	16	17.2
<b>Total</b>	<b>93</b>	<b>100.0</b>

Sumber : Data Primer Diolah Oleh Spss (2023)

Berdasarkan Tabel 4.3 menunjukkan bahwa dari 93 sampel Nasabah BMT Taman Indah yang berusia kurang dari 25 tahun berjumlah 8 orang atau 8,6%, yang berusia 25-35 tahun berjumlah 33 orang atau 35,5%, yang berusia 36-50 tahun berjumlah 36 orang atau 38,7%, dan nasabah yang berusia lebih dari 50 tahun berjumlah 16 orang atau 17,2%. Dengan demikian table tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden nasabah BMT Taman Indah Baitussalam adalah yang berusia 36-50 tahun.

#### **4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir**

Berdasarkan data primer yang telah diolah, maka hasil persebaran responden berdasarkan pendidikan terakhir dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 4.4.

**Tabel 4. 4**  
**Jumlah Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir**

<b>Pendidikan Terakhir</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Persentase</b>
SD	0	0%
SMP	4	4.3%
SMA/SMK	74	79.6%
S1	15	16.1%
Lainnya	0	0%
<b>Total</b>	<b>93</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data Primer Diolah Oleh Spss (2023)

Berdasarkan Tabel 4.4 menunjukkan bahwa dari 93 sampel Nasabah BMT Taman Indah yang berpendidikan terakhir SD tidak ada atau 0%, yang berpendidikan terakhir SMP berjumlah 4 orang atau 4,3%, yang berpendidikan SMA/SMK berjumlah 74 orang atau 79,6%, yang berpendidikan S1 berjumlah 15 orang atau 16,1%, dan yang berpendidikan lainnya tidak ada atau 0%. Dengan demikian menunjukkan bahwa mayoritas responden nasabah BMT Taman Indah Baitussalam... Rata-rata berpendidikan terakhir SMA/SMK.

### **5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

Berdasarkan data primer yang telah diolah, maka hasil persebaran responden berdasarkan pekerjaan dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 4.5.

**Tabel 4. 5**  
**Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan**

<b>Pekerjaan</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Persentase</b>
PNS/TNI/POLRI	0	0%
Pegawai Swasta	16	17.2%
Pelajar/Mahasiswa	8	8.6%
Wirausaha	30	32.3%
Lainnya	39	41.9%
<b>Total</b>	<b>93</b>	<b>100.0</b>

Sumber : Data Primer Diolah Oleh Spss (2023)

Berdasarkan Tabel 4.5 menunjukkan bahwa dari 93 sampel Nasabah BMT Taman Indah tidak ada bekerja sebagai PNS/TNI/POLRI atau 0%, yang bekerja sebagai pegawai swasta berjumlah 16 orang atau 17,2%, yang bekerja sebagai pelajar/mahasiswa berjumlah 8 orang atau 8,6%, yang bekerja sebagai Wirausaha berjumlah 30 orang atau 32,3%, dan yang mempunyai pekerjaan lainnya berjumlah 39 orang atau 41,9%. Dengan demikian menunjukkan bahwa mayoritas responden nasabah BMT Taman Indah Baitussalam mempunyai pekerjaan selain yang ada di opsi pertanyaan kuesioner.

#### **6. Karakteristik Responden Berdasarkan Jangka waktu Menjadi Nasabah**

Berdasarkan data primer yang telah diolah, maka hasil persebaran responden berdasarkan jangka waktu menjadi nasabah dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 4.6.



**Tabel 4. 6**  
**Jumlah Responden Berdasarkan Jangka Waktu Menjadi Nasabah**

<b>Jangka Waktu</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Persentase</b>
Kurang dari 6 bulan	8	8.6 %
7 – 12 bulan	32	34.4 %
1 – 2 tahun	31	33.3 %
Lebih dari 2 tahun	22	23.7 %
<b>Total</b>	<b>93</b>	<b>100.0 %</b>

Sumber : Data Primer Diolah Oleh Spss (2023)

Berdasarkan Tabel 4.6 menunjukkan bahwa dari 93 sampel Nasabah BMT Taman Indah berdasarkan jangka waktu menjadi nasabah yang kurang dari 6 bulan berjumlah 8 orang atau 8,6%, yang 7-12 bulan berjumlah 32 orang atau 34,4%, yang 1-2 tahun berjumlah 31 orang atau 33,3%, dan yang lebih dari 2 tahun berjumlah 22 orang atau 23,7%, Dengan demikian menunjukkan bahwa mayoritas responden...nasabah BMT Taman Indah Baitussalam memiliki jangka waktu menjadi nasabah selama 7-12 bulan.

#### 4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel

##### 1. Deskripsi Responden Terhadap kualitas Pelayanan (x)

**Tabel 4. 7**  
**Hasil Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Pelayanan**

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS	Modus
<b>1. Kepatuhan syariah (Shariah Compliance)</b>						
1	BMT Taman Indah menyediakan informasi yang cukup mengenai prinsip-prinsip syariah yang diterapkan dalam produk dan layanannya	47	46	0	0	4
2	Nasabah merasa nyaman menggunakan produk dan layanan BMT berdasarkan kepatuhan syariahnya	58	35	0	0	4
3	produk dan layanan keuangan syariah yang ditawarkan oleh BMT sudah baik	55	38	0	0	4
4	Nasabah merasa percaya diri terhadap kepatuhan syariah BMT	62	30	1	0	4
<b>2. Jaminan/Kepastian (Assurance)</b>						
1	Penanganan keluhan diberikan dengan baik	72	21	0	0	4
2	Nasabah merasa yakin bahwa transaksi dan produk yang Nasabah gunakan di BMT mematuhi prinsip-prinsip syariah	49	44	0	0	4
3	Jaminan keamanan dan pelayanan sudah sesuai harapan.	59	34	0	0	4
4	Karyawan memberikan kerjasama yang baik terhadap konsumen	61	32	0	0	4
<b>3. Daya tanggap (Responsiveness)</b>						
1	Nasabah merasa BMT Taman Indah responsif terhadap kebutuhan dan permintaan Anda	61	32	0	0	4
2	Mendapat respon yang baik apabila Nasabah melakukan complain	60	33	0	0	4
3	Karyawan bersedia membantu keperluan Nasabah.	68	25	0	0	4
4	Pelayanan administrasi cepat dan tepat.	61	31	1	0	4
<b>4. Bukti fisik (Tangible)</b>						
1	Fasilitas dan pelayanan	50	43	0	0	4

**Tabel 4.7 – Lanjutan**

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS	Modus
2	Nasabah merasa nyaman Ketika melakukan transaksi	64	29	0	0	4
3	BMT Taman Indah memiliki lokasi yang strategis dan mudah dijangkau bagi kalangan masyarakat.	52	41	0	0	4
4	Kerapian dan kebersihan fasilitas di BMT Taman indah cukup bagus.	64	29	0	0	4
<b>5. Empati (<i>Empathy</i>)</b>						
1	Staf BMT Taman Indah merespon dengan cepat terhadap keluhan atau permintaan Anda	56	37	0	0	4
2	Staf BMT Taman indah secara pribadi memberikan perhatian dan akrab pada Nasabah	63	30	0	0	4
3	Memberikan pelayanan yang sama tanpa memandang status sosial.	59	34	0	0	4
4	Karyawan memberikan pengertian dan toleransi kepada konsumen apabila terjadi masalah.	56	37	0	0	4
<b>6. Kehandalan (<i>Reliability</i>)</b>						
1	Staf BMT Taman Indah peduli dan ramah terhadap Nasabah.	61	32	0	0	4
2	Memberikan penyelesaian dan penanganan pelayanan dengan cepat	55	38	0	0	4
3	Pelayanan sudah sesuai dengan yang diharapkan	57	36	0	0	4
4	Memberikan penyelesaian dan penanganan masalah dengan cepat.	54	39	0	0	4
Modus		4				

Sumber : Data Primer Diolah Oleh Spss (2023)

Berdasarkan Tabel 4.7 dapat disimpulkan bahwa nilai yang sering muncul pada setiap pertanyaan adalah Sangat Setuju dengan nilai 4, yang berarti responden memiliki tanggapan “Sangat Setuju” terhadap pertanyaan-pertanyaan yang berkenaan dengan Kualitas Pelayanan.

## 2. Deskripsi Responden Terhadap Kepuasan Nasabah (y)

**Tabel 4. 8**  
**Hasil Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Nasabah**

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS	Modus
1	Saya merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan staf BMT Taman Indah sesuai dengan harapan	67	26	0	0	4
2	Saya merasa puas dengan fasilitas penunjang yang disediakan	53	37	3	0	4
3	Keinginan datang kembali karena pelayanan yang memuaskan	63	30	0	0	4
4	Keinginan datang kembali karena mendapatkan fasilitas yang memadai.	65	28	0	0	4
5	Saya dapat merekomendasikan Kualitas pelayanan pada BMT Taman Indah kepada orang lain	57	34	2	0	4
6	Saya merasa BMT Taman Indah harus di kembangkan dengan cara promosi.	68	25	0	0	4
	<b>Modus</b>	<b>4</b>				

Sumber : Data Primer Diolah Oleh Spss (2023)

Berdasarkan Tabel 4.8 di atas, dapat disimpulkan bahwa nilai yang sering muncul pada setiap pertanyaan adalah Sangat Setuju dengan nilai 4, yang berarti responden memiliki tanggapan

“Sangat Setuju” terhadap pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan Kepuasan nasabah di BMT Taman Indah.

### 4.3 Analisis Deskriptif Variabel

Pengujian validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan cara mengkorelasikan skor masing-masing pernyataan item yang ditujukan kepada responden dengan total skor untuk seluruh item. Tes Validitas mengukur apakah masing-masing valid atau tidak pertanyaan/pernyataan yang digunakan dalam penelitian (Darma, 2021), Pengujian yang signifikan dalam penelitian ini dilakukan dengan membandingkan nilai  $r$  hitung dengan  $r$  membagi tabel dengan validitas (derajat kebebasan)  $(df) = n-2$  dimana  $n$  adalah jumlah responden, berdasarkan tingkatan signifikansinya 10% ( $\alpha = 0,1$ ) maka  $df = 93-2 = 91$  jadi nilai  $r$  tabel sebesar 0,1716. Hasil uji validitas ada pun selengkapnya adalah sebagai berikut:



## 1. Kualitas Pelayanan (x)

**Tabel 4. 9**  
**Hasil Uji Validitas Variabel X**

Variabel	Pernyataan	Pearson Correlation	R Tabel	Keterangan
<b>Kualitas Pelayanan (x)</b>	X1.1	0.614	<b>0.1716</b>	<b>Valid</b>
	X1.2	0.567		<b>Valid</b>
	X1.3	0.548		<b>Valid</b>
	X1.4	0.484		<b>Valid</b>
	X1.5	0.565		<b>Valid</b>
	X1.6	0.381		<b>Valid</b>
	X1.7	0.239		<b>Valid</b>
	X1.8	0.300		<b>Valid</b>
	X1.9	0.384		<b>Valid</b>
	X1.10	0.258		<b>Valid</b>
	X1.11	0.324		<b>Valid</b>
	X1.12	0,201		<b>Valid</b>
	X1.13	0.258		<b>Valid</b>
	X1.14	0.201		<b>Valid</b>
	X1.15	0.258		<b>Valid</b>
	X1.16	0.194		<b>Valid</b>
	X1.17	0.186		<b>Valid</b>
	X1.18	0.199		<b>Valid</b>
	X1.19	0.207		<b>Valid</b>
	X1.20	0.217		<b>Valid</b>
	X1.21	0.255		<b>Valid</b>
	X1.22	0.241		<b>Valid</b>
	X1.23	0.262		<b>Valid</b>
	X1.24	0.185		<b>Valid</b>

Sumber : Data Primer Diolah Oleh Spss (2023)

Berdasarkan Tabel 4.9 diatas, dapat diketahui bahwa nilai yang didapatkan dari setiap pernyataan variabel Kualitas Pelayanan (X) pada kuesioner dinyatakan valid. Hal ini dapat diketahui dengan membandingkan nilai r hitung (pearson correlation) dengan r tabel. Hasil yang didapatkan bahwa r hitung lebih besar dari r tabel.

## 2. Kepuasan Nasabah (y)

**Tabel 4. 10**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Y**

Variabel	Pernyataan	Pearson Correlation	R Tabel	Keterangan
Kepuasan Nasabah (y)	Y1.1	0.901	<b>0.1716</b>	<b>Valid</b>
	Y1.2	0.794		<b>Valid</b>
	Y1.3	0.891		<b>Valid</b>
	Y1.4	0.899		<b>Valid</b>
	Y1.5	0.850		<b>Valid</b>
	Y1.6	0.825		<b>Valid</b>

Sumber : Data Primer Diolah Oleh Spss (2023)

Berdasarkan Tabel 4.10 diatas, dapat diketahui bahwa nilai yang didapatkan dari setiap pernyataan variabel Kepuasan Nasabah (Y) pada kuesioner dinyatakan valid. Hal ini dapat diketahui dengan membandingkan nilai r hitung (pearson correlation) dengan



r tabel. Hasil yang didapatkan bahwa r hitung lebih besar dari r tabel.

#### 4.4 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat ukur untuk mengukur suatu variabel. Reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan (Fatirul & Walujo, 2022). Suatu instrumen dikatakan reliabel apabila instrumen tersebut dapat dipercaya sebagai alat ukur data penelitian. Reliabel atau tidaknya suatu variabel dapat dilihat melalui Cronbach Alpha  $> 0,60$ .

**Tabel 4. 11**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Minimal Cronbach Alpha	Cronbach Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan (x)	0.60	0.606	Realibel
Kepuasan Nasabah (y)		0.926	Realibel

Sumber : Data Primer Diolah Oleh Spss (2023)

Berdasarkan tabel 4.11 menunjukkan bahwa, uji realibilitas dilakukan terhadap item-item pertanyaan yang dinyatakan valid. Suatu variabel dikatakan reliabel jika jawaban terhadap pertanyaan selalu konsisten tanpa berubah setiap kali diuji. Hasil perhitungan uji reliabilitas metode Cronbach's Alpha (r hitung) dapat dilihat pada kolom Cronbach's Alpha, variabel (X) yaitu 0.606 dan Variabel (Y) yaitu 0.926 dengan N of Items

menunjukkan bahwa jumlah dari items atau jumlah responden yang di input pada variable view adalah 93. Sehingga memiliki nilai “alpha cronbach” lebih besar dari 0.60. Yang berarti kedua instrumen variabel (X) dan variabel (Y) dapat dikatakan bahwa reliabel atau memenuhi syarat.

#### 4.5 Regresi linear Sederhana

Berikut ini merupakan data tabel hasil perhitungan regresi linier sederhana yang diperoleh dari pengolahan data dengan program *IBM SPSS Statistics 24.0 for windows*

**Tabel 4. 12**  
**Hasil Regresi Linier Sederhana Kualitas Pelayanan (X)**  
**terhadap Kepuasan Nasabah (Y)**

Model		Unstandardized Coefficient		Standardized Coefficient	T	Sig
		B	Std. Error	Beta		
1	Constant	-11.809	5.466	0.544	-2.161	0.033
	Kualitas Pelayanan	0.388	0.063		6.183	0.000

**Demendent Variabel : Kepuasan Nasabah**

Sumber : Data Primer Diolah Oleh Spss (2023)

Berdasarkan hasil pengolahan data pada tabel 4.12, persamaan regresi dapat di peroleh dari unstandardized coefficient, dimana koefisien konstanta sebesar -11.809 dengan standar error 5.466 kemudian variabel Kualitas Pelayanan memiliki koefisien

sebesar 0.388 dengan standar error sebesar 0.063. Maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + bX + e$$
$$Y = -11.809 + 1,592 X$$

Keterangan:

- A : Konstanta  
bX : Koefisien regresi variabel X (Kualitas Pelayanan)  
e : error

Dari persamaan-persamaan tersebut diatas, maka dapat diprediksikan bahwa:

- Constanta dengan nilai -11.809 menunjukkan bahwa apabila tidak terdapat variabel independen ( $X = 0$ ), maka kepuasan nasabah di Bmt Taman Indah Baitussalam sebesar -11.809.
- bX sebesar 0.388 hasilnya positif, ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan Kualitas Pelayanan Sebesar 1% akan diikuti oleh kenaikan Kepuasan Nasabah di Bmt Taman Indah Baitussalam sebesar 0.388. Dengan asumsi variabel lain di luar model adalah tetap.

## 4.6 Uji Asumsi Klasik

### 4.6.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menilai apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Jika asumsi normalitas tidak terpenuhi, maka uji t menjadi tidak valid. Untuk menguji normalitas, penelitian ini melihat nilai

signifikan dibagian Kolmogrov- Smirnov atau Shapiro-wilk dari test Of normality. Kriteria penilaian uji ini adalah jika nilai signifikansi hasil perhitungan data (Sig)  $>0,05$ , maka data berdistribusi normal, sedangkan jika signifikansi hasil perhitungan data (Sig) $< 0,05$ , maka data tidak berdistribusi normal.

**Tabel 4. 13**  
**Hasil Uji Normalitas**

<b>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</b>		
		Unstandardized Residual
N		93
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.10665794
Most Extreme Differences	Absolute	.095
	Positive	.054
	Negative	-.095
Test Statistic		.095
Asymp. Sig. (2-tailed)		.068 <sup>c</sup>

Sumber : Data Primer Diolah Oleh Spss (2023)

Berdasarkan tabel 4.13 diatas, maka dapat dilihat bahwa nilai signifikan dibagian Kolmogrov-smirnov menunjukkan dalam tabel Asymp. Sig (2-tailed) yaitu sebesar 0,068. Hasil dari pengujian normalitas diatas, dapat disimpulkan bahwa variabel

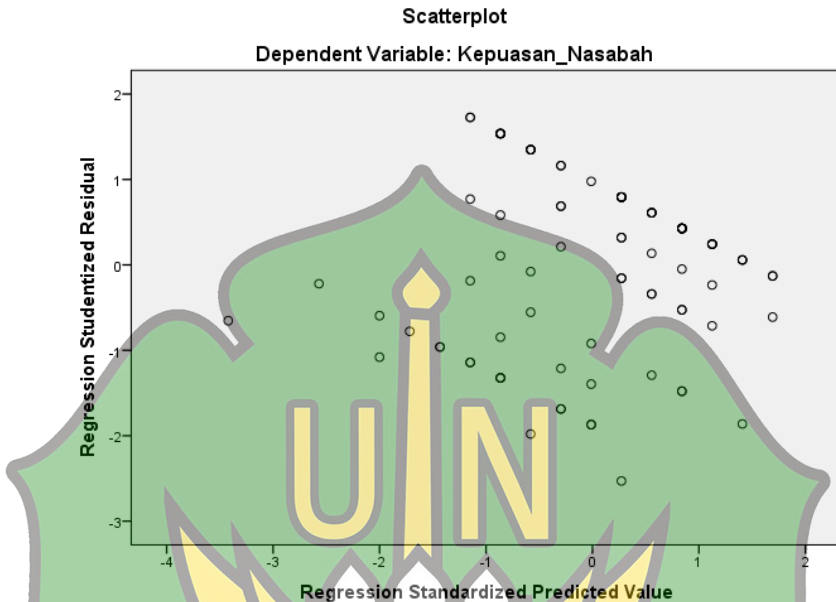
berdistribusi normal karena nilai signifikansi (Sig) lebih besar dari 0,05 ( $0,068 > 0,05$ ).

#### 4.6.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas, yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Untuk mengetahui heteroskedastisitas dalam penelitian ini adalah dengan melihat grafik atau scatterplot. Dasar pengambilan keputusan dari uji heteroskedastisitas yaitu (Ghozali, 2018):

1. Jika terdapat pola tertentu seperti titik yang membentuk pola yang teratur dengan yang bergelombang, melebar kemudian menyempit, maka diartikan bahwa telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak terdapat pola jelas titik yang menyebar dan dibawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

**Gambar 4.2**  
**Uji heteroskedastisitas**



Sumber : Data Primer Diolah Oleh Spss (2023)

Berdasarkan gambar 4.2 di atas, maka dapat diketahui bahwa dalam grafik scatterplot terjadi penyebaran data yang tidak teratur dan tidak membentuk pola. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas sehingga model regresi ini layak digunakan untuk menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah di BMT Taman Indah Baitussalam.

## **4.7 Uji Hipotesis**

### **4.7.1 Uji Parsial (Uji T)**

Uji parsial (uji t) digunakan untuk mengetahui seberapa pengaruhnya satu variabel independent (Kualitas Pelayanan) secara

individual terhadap variabel dependen (Kepuasan Nasabah).

Pengujian ini memiliki kriteria yaitu:

1. Jika  $T \text{ hitung} > T \text{ tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak (variabel bebas X berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat Y)
2. Jika  $T \text{ hitung} < T \text{ tabel}$ , maka tidak dapat menolak  $H_0$  (variabel bebas X tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat Y)

Dari hasil perhitungan didapatkan nilai T tabel sebesar 1,988 yang diperoleh dari  $df = n - k$  yaitu  $93 - 2 = 91$  (dimana n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel bebas). Penelitian ini menggunakan tingkat kesalahan sebesar 0,05 (5%) pada taraf signifikansi 95%. Hasil dari uji parsial atau uji t dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.14.

**Tabel 4. 14**

**Hasil Uji Parsial (Uji t)**

<b>Coefficients<sup>a</sup></b>						
		<b>Unstandardized Coefficients</b>		<b>Standardized Coefficients</b>		
		<b>Std.</b>		<b>Beta</b>		
<b>Model</b>		<b>B</b>	<b>Error</b>	<b>Beta</b>	<b>t</b>	<b>Sig.</b>
1	(Constant)	-11.809	5.466		-2.161	.033
	Kualitas Pelayanan	.388	.063	.544	6.183	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber : Data Primer Diolah Oleh Spss (2023)



Kepuasan Nasabah (Y) berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa t hitung untuk Kualitas Pelayanan adalah 6.183, pada t-tabel dengan df ( $n-2 = 93-2$ ) dan taraf signifikan 0,05 diperoleh 1.986 karena t-hitung  $>$  t-tabel ( $6.183 > 1,986$ ) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dengan demikian keputusan yang diambil bahwa Kualitas Pelayanan (X) berpengaruh Positif signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (Y). Pada kolom sig. diatas dapat dilihat nilai signifikansi uji-t sebesar 0.000 lebih kecil dari 0,05 maka keputusan yang diambil dengan tingkat signifikansinya bahwa Pembiayaan Kualitas Pelayanan (X) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (Y).

#### **4.7.2 Koefisien Korelasi**

Untuk memastikan kuat atau tidaknya hubungan antara Kualitas Pelayanan (X) dengan Kepuasan Nasabah (Y), maka perlu diketahui besarnya koefisien korelasi. Berikut disajikan tabel hasil perhitungan koefisien korelasi (Product Moment) yang diperoleh dari pengolahan data dengan program *IBM SPSS Statistics 24.0 for windows*

**Tabel 4. 15**  
**Koefisien Korelasi**

Correlations			
		Kualitas_Pelayana n	Kepuasan_Nasaba h
Kualitas_Pelayana n	Pearson Correlatio n	1	.544**
	Sig. (2- tailed)		.000
	N	93	93
Kepuasan_Nasaba h	Pearson Correlatio n	.544**	1
	Sig. (2- tailed)	.000	
	N	93	93
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).			

Sumber : Data Primer Diolah Oleh Spss (2023)

Berdasarkan perhitungan, dapat kita ketahui bahwa koefisien korelasi sebesar 0,544. Untuk memastikan kuat atau tidaknya hubungan antara Kualitas Pelayanan (X) dengan Kepuasan Nasabah (Y). Untuk dapat memberikan penafsiran terhadap koefisien korelasi maka dapat berpedoman pada ketentuan yang tertera pada tabel berikut ini.

**Tabel 4. 16**  
**Interpretasi Koefisien Korelasi**

<b>Interval Koefisiens</b>	<b>Interval Koefisiens</b>
0,00-0,199	Sangat Rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,00	Sangat Kuat

Sumber : (sugiyono, 2019:145)

Berdasarkan tabel kriteria korelasi, termasuk pada nilai korelasi antara 0.40 – 0.599 mempunyai hubungan yang sedang. Karena hasilnya positif, maka dapat disimpulkan bahwa setiap kenaikan Kualitas Pelayanan (X) maka Akan diikuti oleh kenaikan Kepuasan Nasabah (Y).

#### **4.8 Pembahasan Hipotesis**

##### **4.8.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada BMT Taman Indah Baitussalam**

Berdasarkan hasil yang diperoleh pada Tabel 4.14 dapat diketahui bahwa variabel independen (X) mempunyai pengaruh yang positif serta signifikan terhadap variabel dependen (Y). Berdasarkan hasil penelitian, Variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen sebesar 29.6%, sedangkan sisanya 71,4% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini. Hal tersebut memberikan makna bahwa masih terdapat variabel independen lain yang mempengaruhi Tingkat

Kepuasan Nasabah. sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator Kepatuhan syariah, bukti fisik, empati, daya tanggap, kehandalan dan jaminan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan Nasabah.

kualitas pelayanan dalam perspektif Islam adalah bentuk evaluasi kognitif dari konsumen atas penyajian jasa oleh organisasi jasa yang menyandarkan setiap aktivitasnya kepada nilai-nilai moral dan sesuai kepatuhan yang telah dijelaskan oleh syariat Islam. Di dalam memberikan pelayanan kepada konsumen setiap pihak harus bekerja secara professional dan terampil. Ada enam dimensi untuk mengukur kualitas jasa pada lembaga keuangan dengan prinsip syariah, dengan menambahkan unsur “*compliance*” pada dimensi kualitas pelayanan. *Compliance with Islamic Law* (kepatuhan terhadap hukum Islam).

Lima dimensi kualitas pelayanan ditambah dengan compliance sebagai syarat produk lebih dikenal dengan CARTER (Priyanto et.al, 2021): 1) Kepatuhan syariah, 2) Jaminan/Kepastian, 3) Daya tanggap, 4) Bukti fisik, 5) Empati, 6)Kehandalan. Berdasarkan indikator kepatuhan syariah, skor yang paling tinggi adalah pernyataan “Nasabah merasa percaya diri terhadap kepatuhan syariah BMT” dengan skor Sangat setuju 62. Itu berarti Nasabah merasa percaya diri terhadap kepatuhan syariah BMT karena lembaga ini secara konsisten memenuhi indikator kepatuhan syariah dalam setiap aspek operasionalnya. BMT menjalankan prinsip-prinsip syariah melalui transparansi yang tinggi dalam

mengelola dana dan melakukan investasi yang sesuai dengan hukum Islam. Nasabah dapat merasakan kejelasan dalam struktur pembiayaan dan investasi yang bebas dari unsur riba, spekulasi, dan ambiguitas, menciptakan rasa yakin terhadap keberlanjutan kegiatan finansial mereka yang sesuai dengan norma agama.

Berdasarkan indikator Jaminan/kepastian, skor yang paling tinggi adalah pernyataan “Penanganan keluhan diberikan dengan baik” dengan skor Sangat setuju 72. Itu berarti BMT menjalankan prinsip-prinsip keadilan dan transparansi dalam menanggapi keluhan nasabah, memastikan bahwa setiap permasalahan dihadapi dengan serius dan solusi yang adil. Proses penanganan keluhan yang cepat dan efektif memberikan kepastian kepada nasabah bahwa masalah mereka tidak hanya didengar, tetapi juga diselesaikan dengan tindakan yang sesuai. Penanganan keluhan yang berbasis pada indikator jaminan atau kepastian di BMT bukan hanya menciptakan kepuasan nasabah, tetapi juga memperkuat hubungan saling percaya antara lembaga keuangan dan nasabahnya.

Berdasarkan indikator Daya tanggap skor yang paling tinggi adalah pernyataan “Nasabah merasa BMT Taman Indah responsif terhadap kebutuhan dan permintaan Anda” dengan skor Sangat setuju 61. Nasabah merasa BMT sangat responsif terhadap kebutuhan dan permintaan mereka, dan hal ini dapat diukur melalui indikator daya tanggap yang tinggi dari lembaga keuangan ini. BMT secara konsisten memberikan pelayanan yang cepat dan

efisien dalam merespons pertanyaan, permintaan, dan kebutuhan nasabah. Proses komunikasi yang terbuka dan transparan memastikan bahwa setiap pertanyaan atau permintaan diberikan perhatian yang serius, menciptakan rasa dihargai dan dipedulikan di antara nasabah.

Berdasarkan indikator Bukti fisik skor yang paling tinggi adalah pernyataan “Kerapian dan kebersihan fasilitas di BMT Taman indah cukup bagus” dengan skor Sangat setuju 64. Kerapian dan kebersihan fasilitas di BMT Taman Indah mencapai standar yang memuaskan, sesuai dengan indikator bukti fisik. Lembaga keuangan ini memperlihatkan komitmen tinggi terhadap penataan ruang kerja dan memberikan perhatian serius terhadap kebersihan lingkungan fisiknya. Ruang tunggu yang teratur, bersih, dan nyaman memberikan kesan profesional dan memberikan nasabah pengalaman positif saat berkunjung.

Berdasarkan indikator empati skor yang paling tinggi adalah pernyataan “Staf BMT Taman indah secara pribadi memberikan perhatian dan akrab pada Nasabah” dengan skor Sangat setuju 63. Staf BMT Taman Indah memberikan tidak hanya pelayanan profesional, tetapi juga perhatian pribadi dan keakraban kepada nasabah, mencerminkan tingginya indikator empati dalam interaksi mereka. Setiap anggota staf di BMT Taman Indah secara konsisten menunjukkan sikap peduli terhadap kebutuhan dan harapan nasabah, menciptakan hubungan yang lebih dari sekadar transaksi keuangan. Kesediaan untuk mendengarkan, memahami, dan



merespons secara positif terhadap keadaan pribadi nasabah menciptakan atmosfer saling percaya dan hubungan yang lebih dekat. Sikap empati ini tidak hanya memenuhi kebutuhan finansial nasabah, tetapi juga membangun ikatan yang lebih kuat antara staf dan nasabah, menciptakan pengalaman perbankan yang bersifat personal dan memuaskan.

Berdasarkan indikator kehandalan skor yang paling tinggi adalah pernyataan Staf BMT Taman Indah peduli dan ramah terhadap Nasabah. Dengan skor sangat setuju 61. Staf BMT Taman Indah memperlihatkan kehandalan tinggi melalui sikap peduli dan ramah terhadap nasabah, yang menjadi landasan indikator kehandalan dalam layanan mereka. Setiap anggota staf secara konsisten menunjukkan sikap yang responsif dan ramah, menciptakan lingkungan yang membuat nasabah merasa diperhatikan dan dihargai. Dalam setiap transaksi atau pertanyaan, staf BMT Taman Indah selalu siap memberikan bantuan dengan profesionalitas tinggi, menjelaskan prosedur dengan jelas, dan menanggapi kebutuhan nasabah dengan tanggap. Sikap kepedulian dan ramah ini tidak hanya menciptakan pengalaman perbankan yang menyenangkan tetapi juga membangun kepercayaan dan kenyamanan di antara nasabah.

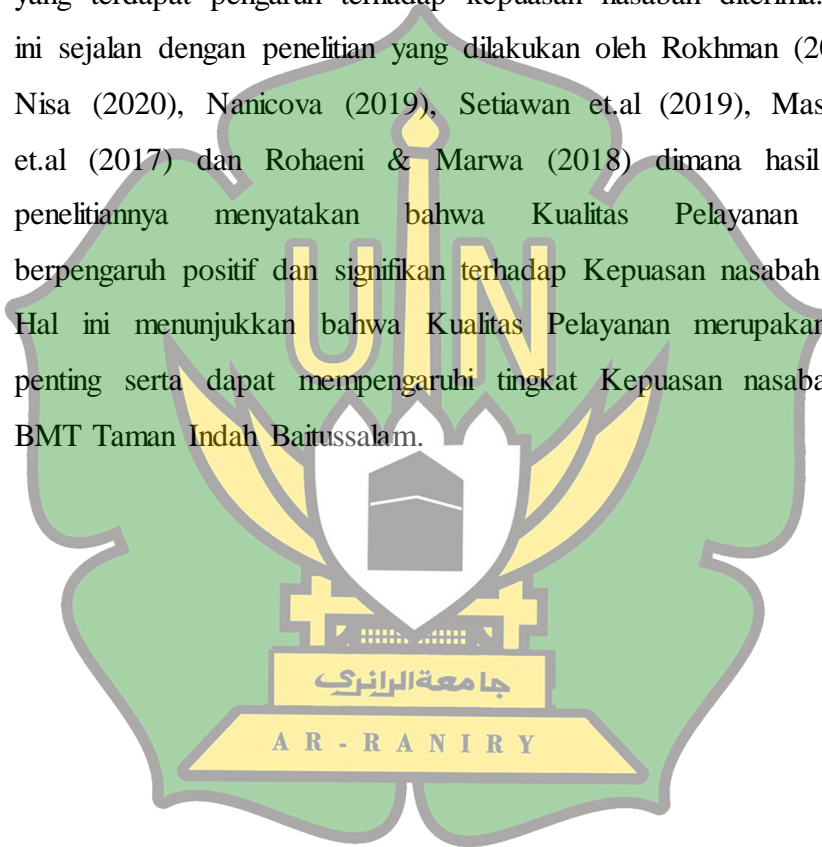
Dalam menjalankan aktivitas yang bergerak dalam bidang jasa maupun barang mempunyai tujuan yang sama yaitu memperoleh keuntungan. Selain itu juga ingin memberikan kepuasan kepada pelanggan atas produk yang dihasilkannya,



karena kepuasan pelanggan menjadi tolak ukur dari keberhasilan dalam menghasilkan produk yang berkualitas, dan yang diinginkan oleh pelanggan. Dalam ilmu ekonomi syariah, kepuasan seorang muslim disebut dengan qona'ah. Kepuasan dalam Islam (*qona'ah*) merupakan cerminan kepuasan seseorang baik secara lahiriah maupun batiniah. Kepuasan dalam Islam berkaitan dengan keimanan yang melahirkan rasa syukur.

Berdasarkan hasil analisis verifikatif, Dari hasil kuisisioner yang di sebar kepada Nasabah BMT Taman Indah Baitussalam, di dapati bahwa Kualitas pelayanan dan tingkat kepuasan nasabah memiliki hubungan yang positif. Hal ini dibuktikan dengan hasil koefisien regresi sebesar 0.388 hasilnya positif, ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan Kualitas Pelayanan Sebesar 1% akan diikuti oleh kenaikan Kepuasan Nasabah di Bmt Taman Indah Baitussalam sebesar 0.388 dengan asumsi variabel lain di luar model adalah tetap (konstan). Kemudian hasil koefisien korelasi sebesar 0,544 berada pada nilai korelasi antara 0.40 – 0.599 mempunyai hubungan yang sedang. Karena hasilnya positif, maka dapat disimpulkan bahwa setiap kenaikan Kualitas Pelayanan diikuti Kenaikan Kepuasan Nasabah. Kemudian Berdasarkan hasil uji parsial, pengujian hipotesis dilakukan dengan cara membandingkan t hitung dengan t tabel. Nilai t hitung sebesar 6.183, pada t-tabel dengan df ( $n-2 = 93-2$ ) dan taraf signifikan 0,05 diperoleh 1.986, karena t-hitung > t-tabel ( $6.183 > 1,986$ ), dan nilai signifikansi  $0.00 < 0.05$ . maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dengan demikian

keputusan yang diambil bahwa Kualitas Pelayanan (X) berpengaruh Positif signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (Y). Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh Kualitas Pelayanan (X) terhadap Kepuasan Nasabah (Y). Sehingga hipotesis yang terdapat pengaruh terhadap kepuasan nasabah diterima. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rokhman (2016), Nisa (2020), Nanicova (2019), Setiawan et.al (2019), Masturah et.al (2017) dan Rohaeni & Marwa (2018) dimana hasil dari penelitiannya menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan nasabah (Y). Hal ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan merupakan hal penting serta dapat mempengaruhi tingkat Kepuasan nasabah di BMT Taman Indah Baitussalam.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah di BMT Taman Indah Baitussalam, maka dapat di ambil kesimpulan yaitu, Berdasarkan hasil penelitian ini disimpulkan bahwa pengaruh Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat Kepuasan nasabah di BMT Taman Indah Baitussalam. Hal ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan yang dilakukan oleh BMT Taman Indah Baitussalam berpengaruh terhadap kepuasan Nasabah. Dengan meningkatnya Kualitas Pelayanan, maka tingkat Kepuasan yang dirasakan oleh nasabah juga akan meningkat. Ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan dapat menjadi solusi yang bagi BMT Taman indah untuk mencapai kepuasan Nasabah. Hasil olah statistik dengan bantuan IBM Statistic SPSS 24.0 didapati bahwa variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen sebesar 29.6%, sedangkan sisanya 71,4% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini. Hal tersebut memberikan makna bahwa masih terdapat variabel independen lain yang mempengaruhi Tingkat Kepuasan Nasabah. Dari hasil analisis deskriptif penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa nasabah BMT Taman Indah memberikan nilai kuesioner tertinggi pada Indikator Niat untuk berkunjung kembali, sehingga dapat di artikan, dengan Diterapkannya kualitas pelayanan maka nasabah merasa nyaman dengan pelayanan yang

diberikan oleh pihak BMT Taman Indah Baitussalam sehingga menyebabkan nasabah memiliki keinginan untuk berkunjung Kembali.

## 5.2 Saran

1. Diharapkan kepada pihak BMT Taman Indah Baitussalam untuk terus meningkatkan pelayanan mereka kepada para nasabah, dan agar dapat lebih memberikan edukasi atau pemahaman mengenai Prinsip-prinsip syariah yang dijalankan. Kemudian juga BMT harus lebih memerhatikan Kualitas Pelayanan Yang diberikan oleh Karyawan serta menambahkan Fasilitas penunjang demi kenyamanan dan kepuasan Nasabah. Hal ini dilakukan agar Nasabah mendapatkan pelayanan yang maksimal dan juga pihak BMT Taman Indah Baitussalam dapat menciptakan rasa puas di hati para Nasabah.
2. Disarankan untuk terus memperbaiki dan menyempurnakan proses layanan, terutama dalam hal peningkatan waktu respons, peningkatan aksesibilitas, atau inovasi dalam teknologi. Dan juga dalam hal Pengembangan Karyawan seperti Pendidikan dan pelatihan karyawan perlu ditingkatkan untuk memastikan mereka memahami dan mampu memberikan layanan yang sesuai dan memenuhi harapan nasabah.
3. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk memisahkan antara data nasabah simpanan dan data nasabah pembiayaan.

Kemudian dimensi kualitas pelayanan bisa dipecahkan menjadi variabel supaya memperoleh hasil yang bervariasi dan bagus. Mahasiswa harus lebih peka terhadap masalah masalah yang ada di kangan masyarakat, karena akan berpengaruh terhadap peningkatan ekonomi di daerah tersebut. Dengan banyaknya penelitian mengenai Kualitas Pelayanan maka akan memudahkan mahasiswa atau peneliti lainnya dalam menemukan referensi-referensi terbaru untuk menunjang pengetahuan dan pembelajaran kedepannya.



## DAFTAR PUSTAKA

- Affandy, S. M., & Efendy, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Faktor Emosional, Biaya Dan Kemudahan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pengguna Aplikasi Jasa Gojek Di Medan. *Proceeding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 2 (1), 142-155.
- Along, A. (2020). Kualitas Layanan Administrasi Akademik Di Politeknik Negeri Pontianak. *Jurnal Ilmiah Administrasi Publik (Jiap)*, 6 (1), 94-99.
- Al-Qarni, A. (2007). *Tafsir-Muyassar*. Jakarta: Qisthi Press.
- Amalia, E. (2010). *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam Dari Masa Klasik Hingga Kontemporer*. Depok: Gramata Publishing.
- Asti, E. G., & Ayuningtyas, E. A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Effect Of Service Quality, Product Quality And Price On Consumer Satisfaction). *Ekomabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1 (1), 1-14.
- Atmaja, J. (2018). Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Pada Bank Bjb. *Jurnal Ecodemica*, 2 (1), 49-63.
- Baetie, D. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Tamu Di Hotel Niagara Parapat Provinsi Sumatera Utara. *Jom Fisip*, 5 (1), 1-13.
- Caniago, A., & Rustanto, A. E. (2022). Quality Of Service In Improving Customer Satisfaction At Msmes In Purbalingga. *Budapest International Research And Critics Institute-Journal (Birci-Journal)*, 5 (2), 16103-16110.
- Chalil, & Fuad, Z. (2009). *Pemerataan Distribusi Kekayaan Dalam Ekonomi Islam : Seri Khazanah Ekonomi Syariah*. Jakarta: Erlangga.



- Darma, B. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan Spss*. Jakarta: Guepedia.
- Fatirul, A. N., & Walujo, D. A. (2022). *Metode Penelitian Pengembangan Bidang Pembelajaran (Edisi Khusus Mahasiswa Pendidikan Dan Pendidik)*. Jakarta: Penerbit Pascal Books.
- Fatmawati, D., & Aliyah, S. (2022). Analisis Pengendalian Biaya Tenaga Kerja Dengan Menggunakan Anggaran (Studi Kasus Pada Kspps Bmt Mitra Muamalah Jepara). *Ekobis: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Syariah*, 6 (2), 1-14. [Doi:Http://Dx.Doi.Org/10.22373 /Ekobis. V6i2](http://dx.doi.org/10.22373/ekobis.v6i2)
- Fikri, S. N., Novianti, S. D., & Rahelia, S. L. (2022). Literature Review Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen: Harga, Kualitas Produk Dan Kepuasan Pembeli. *Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 1 (1), 163-173.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 25 Edisi Ke-9*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gofur, A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (Jrmb) Fakultas Ekonomi Uniat*, 4 (1), 37-44.
- Harahap, S. A., & Ghozali, M. (2020). Peran Baitul Mal Wa Tamwil (Bmt) Dalam Pengembangan Ekonomi Umat. *Human Falah*, 7 (1), 18-29. I R Y
- Hasyim, M. H., Purnamasari, H., & Priyanti, E. (2021). Kualitas Pelayanan Administrasi Kependudukan Pada Kantor Kecamatan Jatibarang Kabupaten Indramayu. *Dinamika : Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Negara*, 8 (2), 365-370.
- Ibrahim, M., & Thawil, S. M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (Jrmb) Fakultas Ekonomi Uniat*, 4 (1), 175-182.



- Indra, I. M., & Cahyaningrum, I. (2019). *Cara Mudah Memahami Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Deepublish.
- Kasmir. (2017). *Customer Services Excellent : Teori Dan Praktik*. Jakarta: Pt. Rajagrafindo Persada.
- Katsir, I. (1999). *Al-Quran Al-Azhim*. Beirut: Dar Tahibah.
- Masturah, A., Hasnita, N., & Djakfar, I. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Kepuasan Konsumen Salon Muslimah Di Banda Aceh. *Ekobis: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Syariah*, 1 (2), 48-61.  
[Doi:Http://Dx.Doi.Org/10.22373/Ekobis.V1i2](http://Dx.Doi.Org/10.22373/Ekobis.V1i2)
- Melina, F. (2020). Pembiayaan Murabahah Di Baitul Maal Wat Tamwil (Bmt). *Jurnal Tabarru' : Islamic Banking And Finance*, 3 (2), 269-280.
- Muis, A., Fathoni, A., & Minarsih, M. M. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Terhadap Pengguna Transportasi Go-Jek Di Semarang. *Journal Of Management*, 4 (4), 1-18.
- Nanincova, N. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Noach Cafe And Bistro. *Agora*, 7 (2), 1-5.
- Nisa, K. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bmt Ugt Sidogiri Cabang Bangkalan. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 3 (3), 180-187.
- Nurma, D. (2017). *Regulasi Keberadaan Baitul Mal Wat Tamwil (Bmt) Dalam Sistem Perekonomian Di Indonesia*. *Jurnal Serambi Hukum*, 11 (1), 96-97.
- Nusriyono, J. A. (2016). *Setetes Ilmu Regresi Linier*. Malang: Media Nusa Creative (Mnc Publishing).
- Parasuraman, A., Zeithalm, V. A., & Berry, L. L. (1988). Servqual: A Multiple-Item Scale For Measuring Consumer Perceptions Of Service Quality. *Journal Of Retailing*, 64 (1), 12-40.

- Priadana, S., & Muis, S. (2016). *Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Bisnis : Dilengkapi Alat Bantu Minitab Untuk Pengolahan Data*. Yogyakarta: Ekulibria.
- Prijanto, B., Pulung, R. F., & Sari, A. R. (2021). Analisis Perbandingan Kualitas Pelayanan Bank Syariah Dengan Bank Konvensional Di Kota Depok Menggunakan Carter Model. *Jurnal Tabarru' : Islamic Banking And Finance*, 4 (1), 178-194.
- Putra, A. D., Desiana, R., & Alhalim, M. (2022). Pengaruh Penyembelihan Halal Terhadap Perilaku Dan Kepuasan Konsumen. *Ekobis: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Syariah*, 6 (2), 30-37. [Doi: Http://Dx.Doi.Org/10.22373/Ekobis.V6i2](http://dx.doi.org/10.22373/ekobis.v6i2)
- Rajab, B. (2012). *Profesionalisme Dalam Peralihan Peradaban*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rama, A. ( 2015). Analisis Kerangka Regulasi Model Syariah Governance Lembaga Keuangan Syariah Di Indonesia. *Journal Of Islamic Economics Lariba*, 1 (1), 1-14.
- Ramadhania, Mayasari, H., & Proditus, E. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Suasana Tokoterhadap Kepuasan Pelanggan Mbrio Billiard Di Kota Padang. *Management Studies And Entrepreneurship Journal*, 3 (1), 35-41.
- Rangkuti, F. (2006). *Measuring Customer Satisfaction: Teknik Mengukur ADan R Strategi R Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Plus Analisis Kasus Pln-Jp*. Jakarta: Pt. Gramedia Pustaka Utama.
- Rianto, M. N., & Arif, A. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Risal, T. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Bmt Kampoeng Syariah. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Potensi Utama*, 1 (1), 1-8.

- Rohaeni, H., & Marwa, N. (2018). Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ecodemica*, 2 (2), 312-318.
- Rokhman, W. (2016). Pengaruh Biaya, Angsuran Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pembiayaan Bmt Di Kabupaten Kudus. *Iqtishadia*, 9 (2), 326-351.
- Santi, M., Nuraini, A., & Aziz, A. (2022). Kualitas Pelayanan Konsumen Kacamata Ekonomi Islam. *At-Tujjar*, 10 (1), 87 - 100.
- Setiadi, K. P., & Manafe, L. A. (2021). Penerapan Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen Pada Pt Etos Suryanusa. *Kalianda Halok Gagas*, 4 (1), 22-33.
- Setiawan, A., Qomariah, N., & Hermawan, H. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jsmbi (Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia)*, 9 (2), 114-126.
- Setiawan, H., Minarsih, M. M., & Fathoni, A. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening ( Studi Kasus Pada Nasabah Koperasi Rejo Agung Sukses Cabang Ngaliyan ). *Journal Of Management*, 2 (2), 1-17.
- Slamet, T., & Aulawi, H. (2015). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Kepuasan Mahasiswa Pada Sekolah Tinggi Teknologi Garut. *Jurnal Kalibrasi Sekolah Tinggi Teknologi Garut*, 13 (1), 1-16.
- Soemitra, A. (2017). *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Prenada Media.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunarto, A., Isnaini, D., & Yunus, F. (2018). *Statistik Pembiayaan Bermasalah Pada Bank*. Yogyakarta: Samudra Biru.

- Suryani, T. (2017). *Manajemen Pemasaran Strategik Bank Di Era Global: Menciptakan Nilai Unggul Untuk Kepuasan Nasabah*. Jakarta: Prenadamedia.
- Syafiq, A. (2019). Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Pandangan Islam. *Jurnal El-Faqih*, 5 (1), 97-113.
- Tyas, R. R., & Setiawan, A. (2012). Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung Di Bmt Sumber Mulia Tuntang. *Muqtasid: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 3 (2), 277-297.
- Welta, F. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Baitul Maal Wat Tamwil (Bmt) Surya Barokah. *I-Economics: A Research Journal On Islamic Economics*, 3 (2), 129-148.
- Wijayanto, K. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya*, 17 (1), 38-45.
- Zulkarnaen, W., & Amin, N. N. (2018). Pengaruh Strategi Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Terhadap Rema Laundry Dan Simply Fresh Laundry Di Jalan Cikutra Bandung). *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi*, 2 (1), 106-126.

جامعة الرانيري

A R - R A N I R Y

## LAMPIRAN

### Lampiran 1 Kuisoner

#### **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Pada BMT Taman Indah Kecamatan Baitussalam)**

Kepada Yth.  
Bapak/Ibu/Saudara/i  
Di BMT Taman Indah baitussalam

*Assalamu'alaikum Wr.Wb.*

Dengan Hormat,

Saya Nafisul Hibban, mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh. Saat ini saya sedang melakukan Proposal penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Bmt Taman Indah Kecamatan Baitussalam)”**.

Sehubungan dengan hal tersebut, saya mohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk berpartisipasi mengisi angket atau kuisoner sebagaimana terlampir. Seluruh data yang anda berikan akan bersifat rahasia dan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian. Atas seluruh waktu dan kerjasamanya yang telah anda berikan saya ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb.*

**Hormat Saya**

**Nafisul Hibban**

**KUESIONER/ANGKET**

Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Kepuasan Nasabah Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Bmt Taman Indah Kecamatan Baitussalam)

**A. Karakteristik Responden**

Isilah datar kuesioner , berilah tanda silang (X) Pada Jawaban yang tersedia :

1. Nama (boleh tidak diisi) : .....
2. Jenis Kelamin
  - a. Laki-Laki
  - b. Perempuan
3. Agama
  - a. Islam
  - b. Lainnya A R - R A N I R Y
4. Usia Responden
  - a. Kurang dari 25 tahun
  - b. 36 – 50 tahun
  - c. 25 – 35 tahun
  - d. Lebih dari 50 tahun
5. Pendidikan Terakhir
  - a. SD
  - b. SMP
  - c. SMA/SMK



- d. S1
  - e. Lainnya
6. Pekerjaan
- a. PNS/TNI/POLRI
  - b. Pegawai Swasta
  - c. Pelajar/Mahasiswa
  - d. Wirausaha
  - e. Lainnya ...
7. Sudah berapa lama Anda menjadi Nasabah BMT Taman Indah
- a. Kurang dari 6 bulan
  - b. 7 – 12 bulan
  - c. 1 – 2 tahun
  - d. Lebih dari 2 tahun

**B. Daftar Pertanyaan**

Berikanlah tanda *Cheklis* (√) yang sesuai dengan keadaan sebenarnya untuk menjawab pertanyaan pada kolom yang tersedia dengan beberapa pilihan sebagai berikut:

- Sangat Setuju : SS
- Setuju : S
- Tidak Setuju : TS
- Sangat Tidak Setuju : STS

NO	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
<b>KUALITAS PELAYANAN (X)</b>					
<b>Kepatuhan syariah (Shariah Compliance)</b>					
1.	BMT Taman Indah menyediakan informasi yang cukup mengenai				



	prinsip-prinsip syariah yang diterapkan dalam produk dan layanannya				
2.	Nasabah merasa nyaman menggunakan produk dan layanan BMT berdasarkan kepatuhan syariahnya				
3.	produk dan layanan keuangan syariah yang ditawarkan oleh BMT sudah baik				
4.	Nasabah merasa percaya diri terhadap kepatuhan syariah BMT				
<b>Jaminan/Kepastian (<i>Assurance</i>)</b>					
1.	Penanganan keluhan diberikan dengan baik				
2.	Nasabah merasa yakin bahwa transaksi dan produk yang Nasabah gunakan di BMT mematuhi prinsip-prinsip syariah				
3.	Jaminan keamanan dan pelayanan sudah sesuai harapan.				
4.	Karyawan memberikan kerjasama yang baik terhadap konsumen.				
<b>Daya tanggap (<i>Responsiveness</i>)</b>					
1.	Nasabah merasa BMT Taman Indah responsif terhadap kebutuhan dan permintaan Anda				
2.	Mendapat respon yang baik apabila Nasabah melakukan complain				

3.	Karyawan bersedia membantu keperluan Nasabah.				
4.	Pelayanan administrasi cepat dan tepat.				
<b>Bukti fisik (<i>Tangible</i>)</b>					
1.	Fasilitas dan pelayanan yang diberikan sudah sesuai seperti adanya ruang tunggu dan tempat parkir yang luas.				
2.	Nasabah merasa nyaman Ketika melakukan transaksi				
3.	BMT Taman Indah memiliki lokasi yang strategis dan mudah dijangkau bagi kalangan masyarakat.				
4.	Kerapian dan kebersihan fasilitas di BMT Taman indah cukup bagus.				
<b>Empati (<i>Empathy</i>)</b>					
1.	Staf BMT Taman Indah merespon dengan cepat terhadap keluhan atau permintaan Anda				
2.	Staf BMT Taman indah secara pribadi memberikan perhatian dan akrab pada Nasabah				
3.	Memberikan pelayanan yang sama tanpa memandang status sosial.				
4.	Karyawan memberikan pengertian dan toleransi kepada konsumen apabila terjadi masalah.				
<b>Kehandalan (<i>Reliability</i>)</b>					
1.	Staf BMT Taman Indah peduli dan ramah terhadap Nasabah.				

2.	Memberikan penyelesaian dan penanganan pelayanan dengan cepat				
3.	Pelayanan sudah sesuai dengan yang diharapkan				
4.	Memberikan penyelesaian dan penanganan masalah dengan cepat.				

NO	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
<b>KEPUASAN NASABAH (Y)</b>					
1.	Saya merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan staf BMT Taman Indah sesuai dengan harapan				
2.	Saya merasa puas dengan fasilitas penunjang yang disediakan				
3.	Keinginan datang kembali karena pelayanan yang memuaskan				

4.	Keinginan datang kembali karena mendapatkan fasilitas yang memadai.				
5.	Saya dapat merekomendasikan Kualitas pelayanan pada BMT Taman Indah kepada orang lain				
6.	Saya merasa BMT Taman Indah harus di kembangkan dengan cara promosi.				

**Lampiran 2 Tabulasi Data**  
**Jawaban Pertanyaan 93 Responden**  
**Kualitas Pelayanan (X)**

4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4		
4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	
3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	
3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	
4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	
3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4
3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	
3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	
4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	
4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	
4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	
4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	
3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3
3	3	3	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	
3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	
4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	
3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	
3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	
4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4
3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	
4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	
4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	
3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	
3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	

3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4
3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4
3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3
3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4
3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3
3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3
3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4
4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4
3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3
4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3
3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4
4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3
3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4
4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4
3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3
4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4
4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3
3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4
4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3
3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3
3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4
3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4

4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	
4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	
4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	
3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	
3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	
4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	
4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	
4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	
4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	
3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	
4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	
4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	
3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	
3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	
4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	
3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	
3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	
3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	
4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	
3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	
4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	

Kepuasan Nasabah (Y)

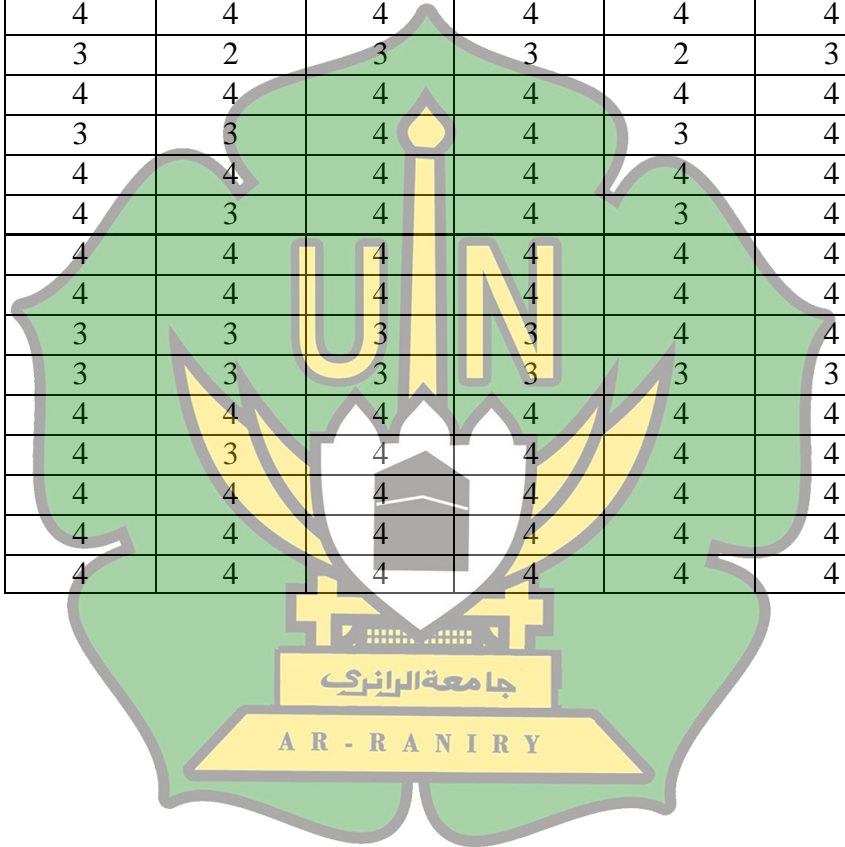
4	3	4	4	4	3
4	3	4	4	3	4
4	3	4	4	3	4
4	3	4	4	3	4

4	3	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	2	3
4	4	4	4	4	4
4	3	4	4	3	4
4	4	4	4	4	4
4	3	4	4	3	4
4	4	4	4	4	4
3	3	3	4	3	4
4	3	4	4	3	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	3	4	4	3	4
4	4	4	4	4	4
4	3	4	4	3	4
3	4	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4
3	2	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
3	2	3	3	3	3
3	3	3	3	3	4
3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3



4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	3	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	3
4	4	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
4	4	3	3	3	3
3	4	3	3	4	3
4	4	3	4	4	4
4	4	3	4	4	4
4	4	4	3	4	4
4	3	4	4	3	3
3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	4	4
3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4
4	3	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	3	4

4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
3	2	3	3	2	3
4	4	4	4	4	4
3	3	4	4	3	4
4	4	4	4	4	4
4	3	4	4	3	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	4	4
3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4
4	3	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4



### Lampiran 3 Karakteristik Responden

Kelamin					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	77	82.8	82.8	82.8
	perempuan	16	17.2	17.2	100.0
	Total	93	100.0	100.0	

Agama					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	islam	93	100.0	100.0	100.0

Usia					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang dari 25 Tahun	8	8.6	8.6	8.6
	25-35 Tahun	33	35.5	35.5	44.1
	36-50 Tahun	36	38.7	38.7	82.8
	Lebih dari 50 Tahun	16	17.2	17.2	100.0
	Total	93	100.0	100.0	

Pendidikan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMP	4	4.3	4.3	4.3
	SMA/SMK	74	79.6	79.6	83.9
	S1	15	16.1	16.1	100.0

	Total	93	100.0	100.0	
--	-------	----	-------	-------	--

<b>Pekerjaan</b>					
		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulati ve Percent
Valid	Pegawai Swasta	16	17.2	17.2	17.2
	Pelajar/Mahasis wa	8	8.6	8.6	25.8
	Wirausaha	30	32.3	32.3	58.1
	Lainnya	39	41.9	41.9	100.0
	Total	93	100.0	100.0	

<b>Dur.nasabah</b>					
		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulati ve Percent
Valid	Kurang dari 6 bulan	8	8.6	8.6	8.6
	7 – 12 bulan	32	34.4	34.4	43.0
	1 – 2 tahun	31	33.3	33.3	76.3
	Lebih dari 2 tahun	22	23.7	23.7	100.0
	Total	93	100.0	100.0	

AR - RANIRY

**Lampiran 4 Hasil Uji Validitas**  
**Kualitas Pelayanan (X)**

		Correlations																									
		x 1. 1	x 1. 2	x 1. 3	x 1. 4	x 1. 5	x 1. 6	x 1. 7	x 1. 8	x 1. 9	x 1. 10	x 1. 11	x 1. 12	x 1. 13	x 1. 14	x 1. 15	x 1. 16	x 1. 17	x 1. 18	x 1. 19	x 1. 20	x 1. 21	x 1. 22	x 1. 23	x 1. 24	to talx	
x 1. 1	Pea rson Corr elati on	1	.341	.359	.310	.494	.226	0,053	0,098	0,014	0,009	.255	-0,011	0,006	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	.234	0,000	0,000	0,000	.225	.614	
	Sig. (2-taile d)		0,001	0,000	0,002	0,000	0,003	0,005	0,008	0,003	0,004	0,001	0,006	0,003	0,003	0,003	0,003	0,003	0,003	0,003	0,003	0,003	0,003	0,003	0,003	0,003	0,000
	N	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93
x 1. 2	Pea rson Corr elati on	.341	1	.754	.802	.581	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	-0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	.567	
	Sig. (2-taile d)	0,001		0,000	0,000	0,000	0,001	0,009	0,003	0,003	0,004	0,007	0,008	0,003	0,002	0,006	0,007	0,004	0,006	0,008	0,009	0,002	0,007	0,005	0,009	0,002	0,000
	N	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93

x 1. 3	Pea rson Corr elati on	.3 5 9	.7 5 4	1	.6 1 3	.5 9 7	.2 6 4	- 0 0	0 0 4	0 0 8	0 0 8	0 0 1	- 0 0	0 0 1	0 0 0	0 0 5	0 0 0	- 0 0	0 0 8	- 0 0	0 0 3	0 0 8	0 0 2	0 0 1	0 0 3	.5 4 8
	Sig. (2- tail e d)	0, 0 0	0, 0 0		0, 0 0	0, 0 0	0, 0 1	0, 0 7	0, 0 3	0, 0 4	0, 0 2	0, 0 5	0, 0 2	0, 0 8	0, 0 6	0, 0 4	0, 0 1	0, 0 3	0, 0 7	0, 0 4	0, 0 8	0, 0 9	0, 0 8	0, 0 1	0, 0 3	0, 0 0
	N	9 3	9 3	9 3	9 3	9 3	9 3	9 3	9 3	9 3	9 3	9 3	9 3	9 3	9 3	9 3	9 3	9 3	9 3	9 3	9 3	9 3	9 3	9 3	9 3	9 3
x 1. 4	Pea rson Corr elati on	.3 1 0	.8 0 2	.6 1 3	1	.6 0 9	0 1 4	- 0 0	0 0 4	- 0 0	0 0 7	0 0 2	- 0 0	0 0 9	0 0 6	0 0 1	0 0 2	- 0 0	- 0 0	0 0 4	- 0 0	- 0 0	0 0 2	0 0 7	- 0 0	.4 8 4
	Sig. (2- tail e d)	0, 0 2	0, 0 0	0, 0 0		0, 0 7	0, 0 3	0, 0 6	0, 0 6	0, 0 6	0, 0 8	0, 0 1	0, 0 6	0, 0 2	0, 0 9	0, 0 2	0, 0 0	0, 0 8	0, 0 4	0, 0 6	0, 0 6	0, 0 7	0, 0 5	0, 0 6	0, 0 4	0, 0 0
	N	9 3	9 3	9 3	9 3	9 3	9 3	9 3	9 3	9 3	9 3	9 3	9 3	9 3	9 3	9 3	9 3	9 3	9 3	9 3	9 3	9 3	9 3	9 3	9 3	9 3
x 1. 5	Pea rson Corr elati on	.4 9 4	.5 8 9	.5 9 7	.6 0 9	1	.2 0 9	- 0 0	- 0 0	0 0 4	0 0 7	0 0 3	- 0 0	0 0 1	0 0 0	0 0 3	0 0 4	0 0 7	0 0 1	0 0 3	0 0 6	0 0 7	0 0 3	0 0 4	0 0 2	.5 6 5
	Sig. (2- tail e d)	0, 0 0	0, 0 0	0, 0 0	0, 0 0		0, 0 4	0, 0 3	0, 0 0	0, 0 9	0, 0 8	0, 0 9	0, 0 6	0, 0 1	0, 0 9	0, 0 7	0, 0 2	0, 0 5	0, 0 2	0, 0 8	0, 0 5	0, 0 0	0, 0 8	0, 0 4	0, 0 7	0, 0 3
	N	9 9	9 9	9 9	9 9	9 9	9 9	9 9	9 9	9 9	9 9	9 9	9 9	9 9	9 9	9 9	9 9	9 9	9 9	9 9	9 9	9 9	9 9	9 9	9 9	9 9







	d)	4	8	2	1	0	2	7	2	2	8		9	0	9	6	1	2	8	9	2	8	3	0	8	2	
	N	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9
x	Pea	-	-	-	-	-	0,	0,	0,	0,	-	0,	1	0,	0,	-	0,	0,	-	0,	0,	0,	0,	-	.2	-	0,
1.	rson	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	1	0,	1	0,	1	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	1	0,	0,
1	Corr	0	0	0	0	0	0	0	0	4	7	7	0	5	9		1	1	0	6	0	1	9	5	2	0	2
2	elati	1	2	1	7	9	4	4	1	3	5	9		9	5	5	3	3	0	7	4	2	0	5	9	4	
	on	8	0	1	8	5	0																				
	Sig.	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,		0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	
	(2-	8	8	9	4	3	7	1	4	0	5	1		2	2	6	5	9	3	3	6	8	1	0	0	0	
	taile	6	4	2	5	6	0	6	9	9	9	2		5	7	3	4	8	0	7	1	4	2	3	2	5	
	d)	6	6	0	6	3	2	8	7	6	9	9		7	1	5	8	0	7	2	9	7	9	8	1	3	
	N	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	
		3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
x	Pea	0,	0,	0,	0,	0,	0,	-	-	0,	.3	0,	1	0,	-	0,	-	-	0,	0,	0,	0,	0,	0,	-	.2	
1.	rson	1	0	0	0	1	0	.2	.2	.2	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	1	0	1	0	1	0	
1	Corr	6	3	1	9	1	7	1	1	1	0	4	1	2	0	2	0	0	0	3	4	6	4	0	0	8	
3	elati	1	6	9	6	8	2	1	8	8	6	9		8	4	8	4	9	0	2	9	5	3	9	0	1	
	on																										
	Sig.	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,		0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	
	(2-	1	7	8	3	2	4	0	0	0	9	0		7	6	7	6	7	3	7	1	5	1	9	0	1	
	taile	2	2	5	6	5	9	4	3	3	5	0		5	9	4	0	3	0	6	5	5	8	1	3		
	d)	3	9	8	2	9	6	2	6	6	5	0		7	3	2	2	0	8	4	0	5	5	9	3		
	N	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	
		3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
x	Pea	0,	-	0,	0,	-	-	0,	0,	-	0,	0,	0,	1	0,	0,	0,	-	-	0,	0,	-	0,	-	0,	0,	
1.	rson	0	0	0	0	0	0	1	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	2	
1	Corr	7	4	0	0	0	1	1	5	0	3	8	1	2	8	4	8	9	1	2	2	9	4	8	0	1	
4	elati	4	4	7	1	3	2	6	0	4	1	3	5	8	4	8	9	1	2	9	9	0	5	0	2	1	
	on																										

	Sig. (2-tailed)	0,44	0,067	0,094	0,099	0,077	0,022	0,022	0,066	0,062	0,044	0,022	0,077		0,033	0,033	0,055	0,088	0,077	0,088	0,033	0,077	0,044	0,033	0,030		
	N	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	
x1.1.1.5	Pearson Correlation	0,075	0,015	0,005	0,002	0,000	-0,000	-0,000	.23	.268	0,020	-0,000	-0,000	0,014	1	0,014	0,000	0,000	-0,000	-0,000	-0,000	0,014	0,000	0,000	0,000	.258	
	Sig. (2-tailed)	0,478	0,273	0,601	0,432	0,001	0,003	0,000	0,002	0,001	0,008	0,065	0,022		0,033	0,072	0,043	0,062	0,050	0,078	0,021	0,077	0,063	0,063	0,031		
	N	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	
x1.1.1.6	Pearson Correlation	0,077	-0,044	0,000	0,001	0,000	0,005	0,006	0,009	0,008	0,000	0,001	0,006	0,008	0,004	1	-0,000	-0,026	0,011	0,000	-0,009	-0,008	0,003	0,007	0,004	0,001	
	Sig. (2-tailed)	0,466	0,099	0,099	0,077	0,011	0,033	0,066	0,044	0,055	0,055	0,077	0,033	0,033	0,033		0,044	0,022	0,043	0,078	0,040	0,047	0,062	0,022	0,023	0,006	
	N	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	
x1.1.1.7	Pearson Correlation	0,119	0,040	-0,009	0,000	0,000	0,001	0,001	0,000	0,001	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	-0,000	1	0,000	0,001	0,000	-0,001	0,000	0,000	-0,000	0,001	0,001	
	Sig. (2-tailed)	0,119	0,040	0,040	0,040	0,040	0,040	0,040	0,040	0,040	0,040	0,040	0,040	0,040	0,040	0,040		0,040	0,040	0,040	0,040	0,040	0,040	0,040	0,040	0,040	0,040
	N	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93

	on			5						4	2		9			3				6			2		
	Sig. (2-tailed)	0,28	0,06	0,03	0,09	0,07	0,00	0,08	0,01	0,09	0,06	0,09	0,06	0,05	0,07	0,04		0,03	0,02	0,09	0,02	0,04	0,07	0,02	0,00
	N	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	
x1.18	Pearson Correlation	0,00	-0,00	0,00	-0,00	0,00	0,00	0,01	0,00	.27	-0,00	-0,00	-0,00	-0,00	0,00	-.26	0,00	1,00	-0,00	0,00	0,00	.26	0,00	-0,00	0,01
	Sig. (2-tailed)	0,94	0,98	0,04	0,08	0,05	0,02	0,06	0,04	0,00	0,03	0,07	0,03	0,08	0,00	0,06	0,03		0,01	0,06	0,07	0,03	0,08	0,07	0,00
	N	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93
x1.19	Pearson Correlation	0,09	0,00	-0,00	-0,00	0,00	.26	0,00	0,00	-0,00	-0,00	0,00	0,00	-0,00	0,00	0,01	0,00	-0,00	1,00	0,00	0,00	-0,00	0,00	0,00	.27
	Sig. (2-tailed)	0,35	0,92	0,07	0,04	0,05	0,00	0,08	0,08	0,04	0,03	0,03	0,07	0,03	0,06	0,07	0,03	0,02		0,08	0,05	0,07	0,02	0,04	0,00
	N	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93

x 1. 2 0	Pea rson Corr elati on	0, 0 3 1	0, 1 8 5	0, 0 3 9	0, 1 4 4	0, 1 3 9	0, 0 2 2	0, 0 2 2	0, 0 1 2	0, 0 5 9	0, 0 0 3	- 0, 5 2	0, 0 5 2	0, 0 3 2	- 0, 5 8	- 0, 7 3	0, 0 1 3	0, 0 5 0	0, 0 2 2	1	0, 0 1 2	0, 0 8 4	0, 0 3 1	- 0, 0 6 7	.2 1 7			
	Sig. (2- taile d)	0, 7 0	0, 7 6	0, 7 8	0, 1 7	0, 1 8	0, 8 3	0, 8 7	0, 9 6	0, 5 7	0, 9 6	0, 0 7	0, 6 2	0, 7 9	0, 8 5	0, 0 8	0, 9 7	0, 6 4	0, 6 3		0, 9 6	0, 4 3	0, 7 1	0, 5 0	0, 0 2	0, 0 7		
	N	9 3	9 3	9 3	9 3	9 3	9 3	9 3	9 3	9 3	9 3	9 3	9 3	9 3	9 3	9 3	9 3	9 3	9 3	9 3	9 3	9 3	9 3	9 3	9 3	9 3	9 3	
x 1. 2 1	Pea rson Corr elati on	.2 3 4	- 0, 0 2	0, 0 9	- 0, 4 6	0, 0 2	- 0, 0 6	0, 0 1	0, 0 5	- 0, 0 1	0, 0 3	0, 0 2	0, 0 4	0, 0 9	0, 0 8	0, 0 9	- 0, 1 2	0, 0 3	0, 0 6	0, 0 1	1	- 0, 0 9	- 0, 0 1	0, 1 6	.2 5			
	Sig. (2- taile d)	0, 0 4	0, 9 5	0, 3 8	0, 6 1	0, 6 0	0, 5 2	0, 3 6	0, 9 6	0, 0 5	0, 0 3	0, 9 6	0, 7 5	0, 4 4	0, 9 6	0, 8 2	0, 0 7	0, 3 6	0, 5 0	0, 6 1		0, 3 2	0, 8 4	0, 1 6	0, 0 1	0, 0 4		
	N	9 3	9 3	9 3	9 3	9 3	9 3	9 3	9 3	9 3	9 3	9 3	9 3	9 3	9 3	9 3	9 3	9 3	9 3	9 3	9 3	9 3	9 3	9 3	9 3	9 3	9 3	
x 1. 2 2	Pea rson Corr elati on	0, 0 9 6	0, 0 7 7	0, 0 2 1	- 0, 0 3	0, 1 2	0, 0 8	0, 0 0	0, 1 5	0, 0 1	0, 0 8	- 0, 2 2	- 0, 1 9	0, 0 6	0, 0 3	0, 0 4	0, 0 8	.2 6 9	- 0, 0 4	0, 0 8	0, 0 4	1	0, 0 5	0, 0 8	.2 4			
	Sig. (2- taile d)	0, 3 5	0, 4 6	0, 8 4	0, 9 7	0, 2 2	0, 3 9	0, 6 3	0, 0 8	0, 4 3	0, 0 3	0, 0 2	0, 1 5	0, 8 3	0, 0 9	0, 0 3	0, 0 7	0, 4 0	0, 0 2	0, 0 3		0, 4 2	0, 3 2	0, 5 1	0, 9 8	0, 0 2	0, 0 0	
	N	9 9	9 9	9 9	9 9	9 9	9 9	9 9	9 9	9 9	9 9	9 9	9 9	9 9	9 9	9 9	9 9	9 9	9 9	9 9	9 9	9 9	9 9	9 9	9 9	9 9	9 9	9 9



N	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9
	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).																											
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).																											





Kepuasan Nasabah (Y)

		Correlations							
		y1.1	y1.2	y1.3	y1.4	y1.5	y1.6	Kepuasan_Nasabah	
y1.1	Pearson Correlation	1	.641	.851	.845	.646	.703	.901	
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	93	93	93	93	93	93	93	
y1.2	Pearson Correlation	.641	1	.540	.547	.772	.496	.794	
	Sig. (2-tailed)	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	93	93	93	93	93	93	93	
y1.3	Pearson Correlation	.851	.540	1	.901	.636	.723	.891	
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	93	93	93	93	93	93	93	

y1.4	Pearson Correlation	.845	.547	.901	1	.640	.765	.899	
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	
	N	93	93	93	93	93	93	93	
y1.5	Pearson Correlation	.646	.772	.636	.640	1	.627	.850	
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	
	N	93	93	93	93	93	93	93	
y1.6	Pearson Correlation	.703	.496	.723	.765	.627	1	.825	
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	
	N	93	93	93	93	93	93	93	
Kepuasan_Nasabah	Pearson Correlation	.901	.794	.891	.899	.850	.825	1	
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		
	N	93	93	93	93	93	93	93	

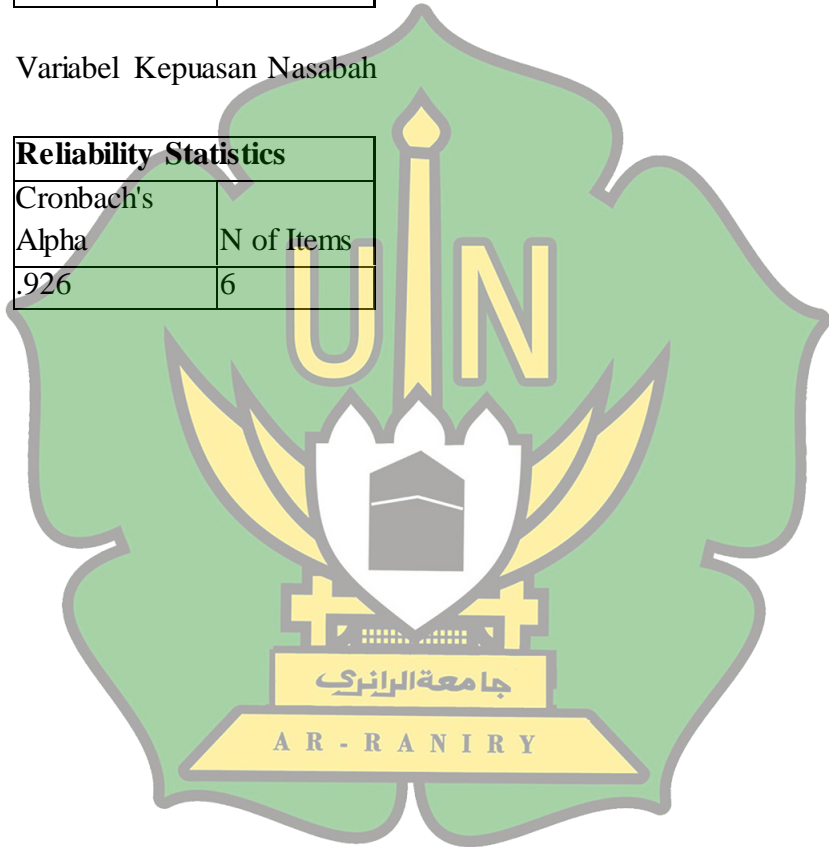
## 5 Uji Realibilitas

Variabel Kualitas Pelayanan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.606	24

Variabel Kepuasan Nasabah

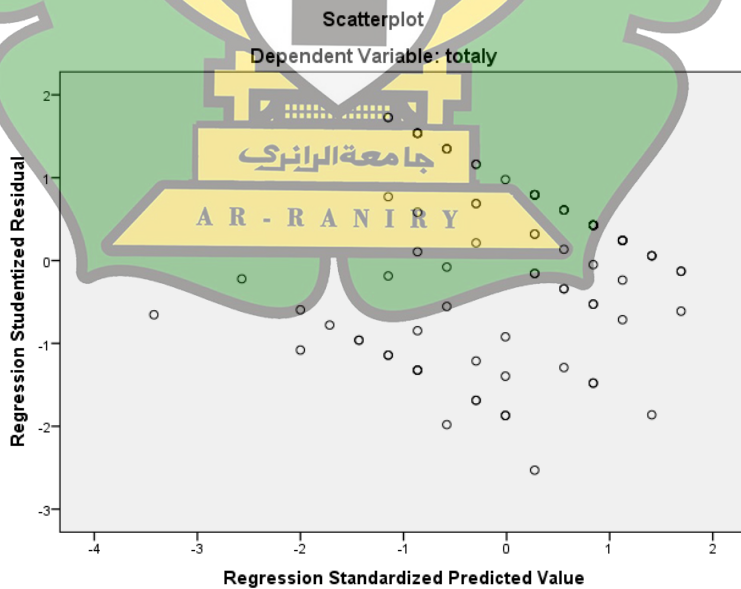
Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.926	6



### Lampiran 6 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		93
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.10665794
Most Extreme Differences	Absolute	.095
	Positive	.054
	Negative	-.095
Test Statistic		.095
Asymp. Sig. (2-tailed)		.068 <sup>c</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

### Lampiran 7 Uji Heteroskedastisitas



## Lampiran 8 Uji Analisis Regresi Sederhana

Variables Entered/Removed <sup>a</sup>			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	totalx <sup>b</sup>	.	Enter
a. Dependent Variable: totaly			
b. All requested variables entered.			

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.544 <sup>a</sup>	.296	.288	2.118
a. Predictors: (Constant), totalx				
b. Dependent Variable: totaly				

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	171.531	1	171.531	38.230	.000 <sup>b</sup>
	Residual	408.297	91	4.487		
	Total	579.828	92			
a. Dependent Variable: totaly						
b. Predictors: (Constant), totalx						

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-11.809	5.466		-2.161	.033
	totalx	.388	.063	.544	6.183	.000

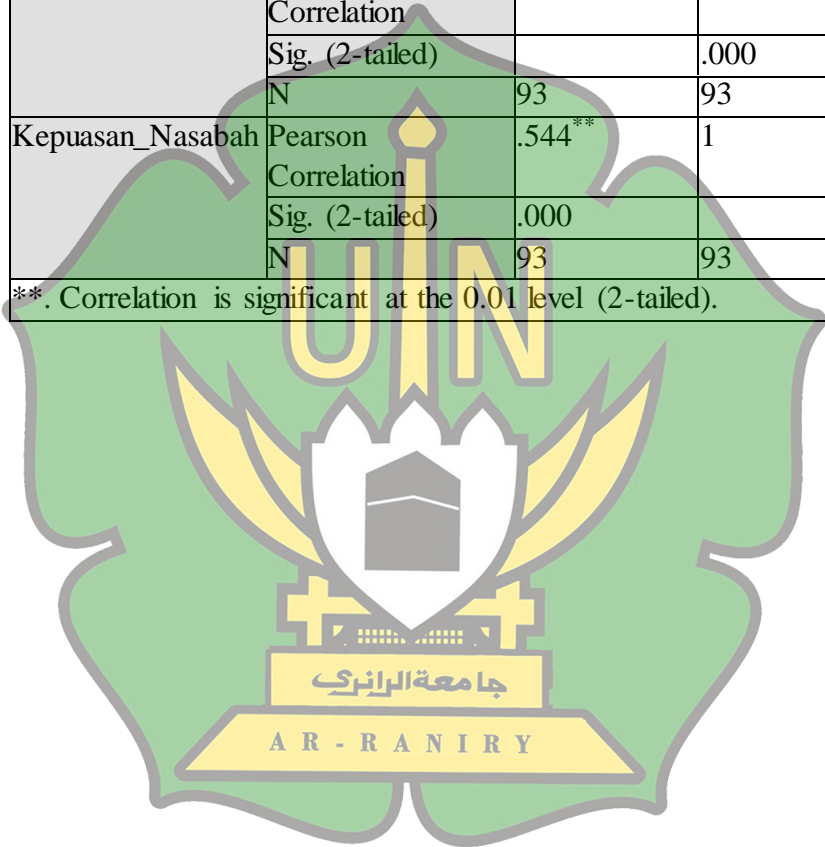
a. Dependent Variable: totaly

Residuals Statistics <sup>a</sup>					
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	17.29	24.27	21.96	1.365	93
Std. Predicted Value	-3.421	1.692	.000	1.000	93
Standard Error of Predicted Value	.220	.787	.298	.087	93
Adjusted Predicted Value	17.49	24.32	21.96	1.356	93
Residual	-5.328	3.611	.000	2.107	93
Std. Residual	-2.515	1.705	.000	.995	93
Stud. Residual	-2.530	1.727	-.001	1.004	93
Deleted Residual	-5.391	3.704	.005	2.146	93
Stud. Deleted Residual	-2.610	1.746	-.003	1.012	93
Mahal. Distance	.000	11.706	.989	1.530	93
Cook's Distance	.000	.058	.009	.011	93
Centered Leverage Value	.000	.127	.011	.017	93

a. Dependent Variable: totaly

## Lampiran 9 Koefisien Korelasi

Correlations			
		Kualitas_Pelayanan	Kepuasan_Nasabah
Kualitas_Pelayanan	Pearson Correlation	1	.544**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	93	93
Kepuasan_Nasabah	Pearson Correlation	.544**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	93	93
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).			





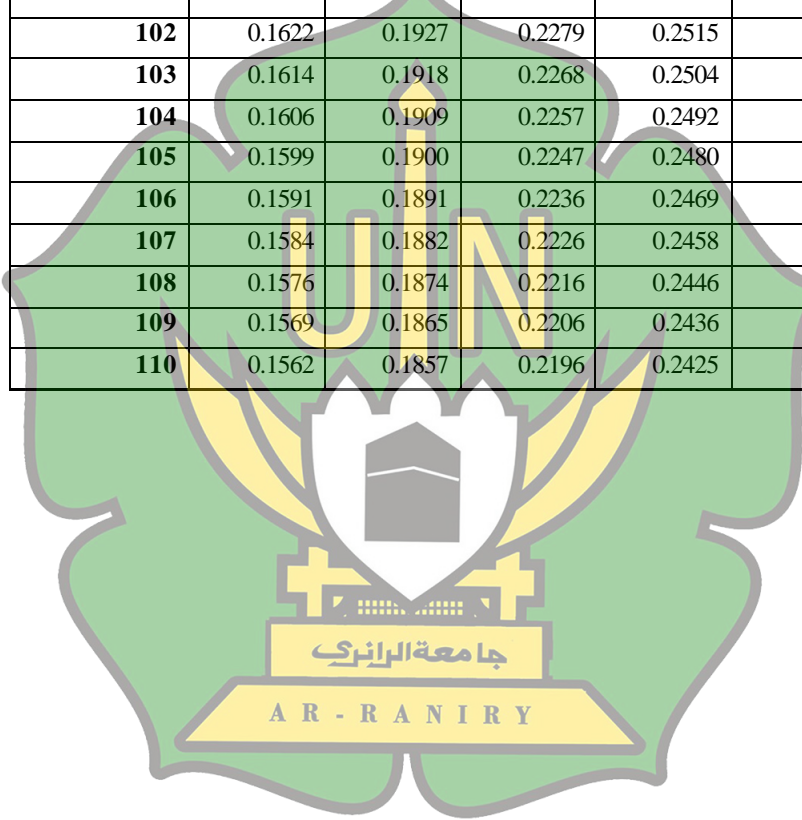
### Lampiran 10 R-Tabel

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703

29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048

62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307

95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211
101	0.1630	0.1937	0.2290	0.2528	0.3196
102	0.1622	0.1927	0.2279	0.2515	0.3181
103	0.1614	0.1918	0.2268	0.2504	0.3166
104	0.1606	0.1909	0.2257	0.2492	0.3152
105	0.1599	0.1900	0.2247	0.2480	0.3137
106	0.1591	0.1891	0.2236	0.2469	0.3123
107	0.1584	0.1882	0.2226	0.2458	0.3109
108	0.1576	0.1874	0.2216	0.2446	0.3095
109	0.1569	0.1865	0.2206	0.2436	0.3082
110	0.1562	0.1857	0.2196	0.2425	0.3068



### Lampiran 11 T- Tabel

Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
Df	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
1	1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30884
2	0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712
3	0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453
4	0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318
5	0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343
6	0.71756	1.43976	1.94318	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763
7	0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529
8	0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079
9	0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681
10	0.69981	1.37218	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370
11	0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.02470
12	0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.68100	3.05454	3.92963
13	0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198
14	0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739
15	0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283
16	0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615
17	0.68920	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577
18	0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.61048
19	0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86093	3.57940
20	0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181
21	0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715
22	0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499
23	0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49987	2.80734	3.48496
24	0.68485	1.31784	1.71088	2.06390	2.49216	2.79694	3.46678
25	0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019
26	0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47863	2.77871	3.43500
27	0.68368	1.31370	1.70329	2.05183	2.47266	2.77068	3.42103
28	0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40816
29	0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.75639	3.39624

30	0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75000	3.38518
31	0.68249	1.30946	1.69552	2.03951	2.45282	2.74404	3.37490
32	0.68223	1.30857	1.69389	2.03693	2.44868	2.73848	3.36531
33	0.68200	1.30774	1.69236	2.03452	2.44479	2.73328	3.35634
34	0.68177	1.30695	1.69092	2.03224	2.44115	2.72839	3.34793
35	0.68156	1.30621	1.68957	2.03011	2.43772	2.72381	3.34005
36	0.68137	1.30551	1.68830	2.02809	2.43449	2.71948	3.33262
37	0.68118	1.30485	1.68709	2.02619	2.43145	2.71541	3.32563
38	0.68100	1.30423	1.68595	2.02439	2.42857	2.71156	3.31903
39	0.68083	1.30364	1.68488	2.02269	2.42584	2.70791	3.31279
40	0.68067	1.30308	1.68385	2.02108	2.42326	2.70446	3.30688
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930



62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019



94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954
121	0.67652	1.28859	1.65754	1.97976	2.35756	2.61707	3.15895
122	0.67651	1.28853	1.65744	1.97960	2.35730	2.61673	3.15838
123	0.67649	1.28847	1.65734	1.97944	2.35705	2.61639	3.15781
124	0.67647	1.28842	1.65723	1.97928	2.35680	2.61606	3.15726
125	0.67646	1.28836	1.65714	1.97912	2.35655	2.61573	3.15671

<b>126</b>	0.67644	1.28831	1.65704	1.97897	2.35631	2.61541	3.15617
<b>127</b>	0.67643	1.28825	1.65694	1.97882	2.35607	2.61510	3.15565
<b>128</b>	0.67641	1.28820	1.65685	1.97867	2.35583	2.61478	3.15512
<b>129</b>	0.67640	1.28815	1.65675	1.97852	2.35560	2.61448	3.15461
<b>130</b>	0.67638	1.28810	1.65666	1.97838	2.35537	2.61418	3.15411



Lampiran 12 Dokumentasi



