

**SKRIPSI**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
KEPUASAN NASABAH  
(STUDI PADA NASABAH PT. BSI KC AHMAD DAHLAN  
BANDA ACEH)**



**Disusun Oleh:**

**ATIKAH CHAIRA  
NIM. 190603388**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI BISNIS DAN ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY  
BANDA ACEH  
2022 M/1443 H**

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan di bawah ini

Nama : Atikah Chaira

NIM : 190603388

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan SKRIPSI ini, saya:

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

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

Banda Aceh, 21 Desember 2022

Yang Menyatakan,



Atikah Chaira

## PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

### Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Nasabah PT. BSI KC Ahmad Dahlan Banda Aceh)

Disusun Oleh:

Atikah Chaira  
NIM. 190603388

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,



Muhammad Arifin, Ph.D  
NIP. 197410152006041002

Pembimbing II,



Muksal M.E.I  
NIP. 199009022020121008

Mengetahui  
Ketua Program Studi Perbankan Syariah,  
AR-RANIRY



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

## PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

**Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah  
(Studi Pada Nasabah PT. BSI KC Ahmad Dahlan Banda Aceh)**

Atikah Chaira  
NIM. 190603388

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

Pada Hari/Tanggal: Rabu, 21 Desember 2022 M  
27 Jumadil Ula 1444 H  
Banda Aceh  
Dewan Penguji Sidang Skripsi

Ketua,

Muhammad Arifin, Ph.D  
NIP. 197410152006041002

Sekretaris,

Muksal, M.E.I  
NIP. 199009022020121008

Penguji I,

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

Penguji II,

Winny Dian Safitri, M.Si  
NIP. 199005242022032001

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

Dr. Hafas Furtqani, M.Ec  
NIP. 198006252009011009



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

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

Web: [www.library.ar-raniry.ac.id](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 : Atikah Chaira

NIM : 190603388

Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah

E-mail : [atikahchaira513@gmail.com](mailto:atikahchaira513@gmail.com)

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

Tugas Akhir  KKU  Skripsi  .....

yang berjudul:

**Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan nasabah (Studi Pada Nasabah PT. BSI KC Ahmad Dahlan Banda Aceh)**

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

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

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

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh

Pada tanggal : 21 Desember 2022

Mengetahui,

Penulis,

Atikah Chaira  
NIM. 190603388

Pembimbing I,

Muhammad Arifin, Ph.D  
NIP. 197410152006041002

Pembimbing II,

Muksal, M.E.I  
NIP. 199009022020121008



## KATA PENGANTAR



Puji dan Syukur penulis panjatkan kehadiran Allah swt, atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat pada waktunya. Shalawat beriring salam semoga senantiasa tercurahkan atas junjungan kita Nabi besar Muhammad SAW beserta keluarga dan sahabat-sahabatnya.

Terselesaikannya skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Nasabah PT. BSI KC Ahmad Dahlan Banda Aceh)”** ini merupakan satu dari sekian nikmat yang telah Allah SWT berikan. Penulis juga menyadari banyak pihak-pihak yang terlibat baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penyempurnaan skripsi ini. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis ingin mengucapkan rasa terimakasih kepada:

1. Dr. Hafas Furqani, M.Ec. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
2. Dr. Nevi Hasnita, S.Ag., M.Ag. selaku ketua Program Studi Perbankan Syariah dan Inayatillah selaku sekretaris Program Studi Perbankan Syariah. Serta Mukhlis, SH.I., S.E, M.H., selaku staf akademik yang telah banyak membantu.

3. Hafiizh Maulana, S.P., S.H.I., M.E. selaku ketua Laboratorium, serta staf Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
4. Muhammad Arifin, Ph.D selaku dosen Pembimbing Akademik (PA) dan pembimbing I serta Muksal, M.E.I. selaku pembimbing II yang telah banyak membantu penulis, memberikan waktu pemikiran serta pengarahan yang sangat baik berupa saran dan bimbingan terhadap skripsi ini.
5. Dosen dan Staf karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, khususnya Program Studi Perbankan Syariah yang telah memberikan ilmu, pengalaman, arahan, serta perhatian yang sangat luar biasa kepada penulis selama menempuh Pendidikan Program Studi Strata (S1) Perbankan Syariah.
6. Pimpinan, seluruh staf dan karyawan, serta satuan pengamanan BSI KC Ahmad Dahlan Banda Aceh yang telah sudi menerima penulis untuk melakukan penelitian dan mau membantu memberikan data yang diperlukan guna penyelesaian skripsi ini.
7. Teristimewa kepada Kedua Orang Tua Tersayang, ribuan terima kasih penulis ucapkan kepada Ayahanda Alm. Ahmad Ghazali dan Ibu tercinta Nurmala, yang telah memberikan banyak do'a dukungan motivasi, cinta dan kasih sayang, didikan pengorbanan serta dukungan moral maupun materi yang dengan tulus diberikan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan diberikan kemudahan. Kepada

Abang saya Maulana Afgani, Kakak saya Annisa Salsabilla serta keluarga besar lainnya yang turut mendoakan, memberikan motivasi dari awal kuliah hingga penyusunan skripsi ini dan Alhamdulillah skripsi ini dapat terselesaikan.

8. Terimakasih kepada Putri Darayani, Juni Irmayanti, Muhammad Ridwan, Rahmad Mulya, serta teman-teman leting 2018 yang penulis banggakan dan memberikan motivasi dalam penyelesaian skripsi ini.

Banda Aceh, 21 Desember 2022

Penulis,

Atikah Chaira





# TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K

Nomor: 158 Tahun 1987 – Nomor: 0543b/u/1987

## 1. Konsonan

No.	Arab	Latin	No.	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ط	Ṭ
2	ب	B	17	ظ	Ẓ
3	ت	T	18	ع	'
4	ث	Ṣ	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	Ḥ	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Ẓ	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H
13	ش	Sy	28	ء	'
14	ص	Ṣ	29	ي	Y
15	ض	Ḍ			

## 2. Vokal

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

### a. Vokal Tunggal

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

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

### b. Vokal Rangkap

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

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

Contoh:

كيف : *kaifa*

هول : *haul*

### 3. *Maddah*

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

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

Contoh:

قَالَ  
رَمَا  
قَالَ  
يَقُولُ

*qāla*  
*ramā*  
*qāla*  
*yaqūlu*

### 4. *Ta Marbutah* (ة)

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua.

- a. *Ta marbutah* (ة) hidup

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

- b. *Ta marbutah* (ة) mati

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

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

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

Contoh:

أَطْفَالٌ      َ      : *Rauḍah al-atfāl/ rauḍatulafāl*

وَ  
رَهْطٌ

أَلْمَدِينَةُ الْمُنَوَّارَةُ      : *Al-Madīnah al-*

رَوَّافَةٌ      *Munawwarah/ alMadīnatul*

*Munawwarah*

طَلْحَةُ      : *Talḥah*

#### Catatan:

#### Modifikasi

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi, seperti M. Syuhudi Ismail, sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan. Contoh: Ḥamad Ibn Sulaiman.
2. Nama Negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan 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 : Atikah Chaira  
NIM : 190603388  
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah  
Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Nasabah PT. BSI KC Ahmad Dahlan Banda Aceh)  
Pembimbing I : Muhammad Arifin, Ph.D  
Pembimbing II : Muksal. M.E.I

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Ahmad Dahlan Banda Aceh. Jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, dengan sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel ini adalah *probability sampling*. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini berupa uji asumsi klasik, uji-t, uji-f, dan koefisien determinasi dengan menggunakan bantuan *software* IBM SPSS versi 26. Hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa kualitas pelayanan *tangible*, *empathy*, *reliability*, dan *assurance* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan *responsiveness* memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah. Secara keseluruhan, kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai sebesar 65,6%.

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

AR - RANIRY



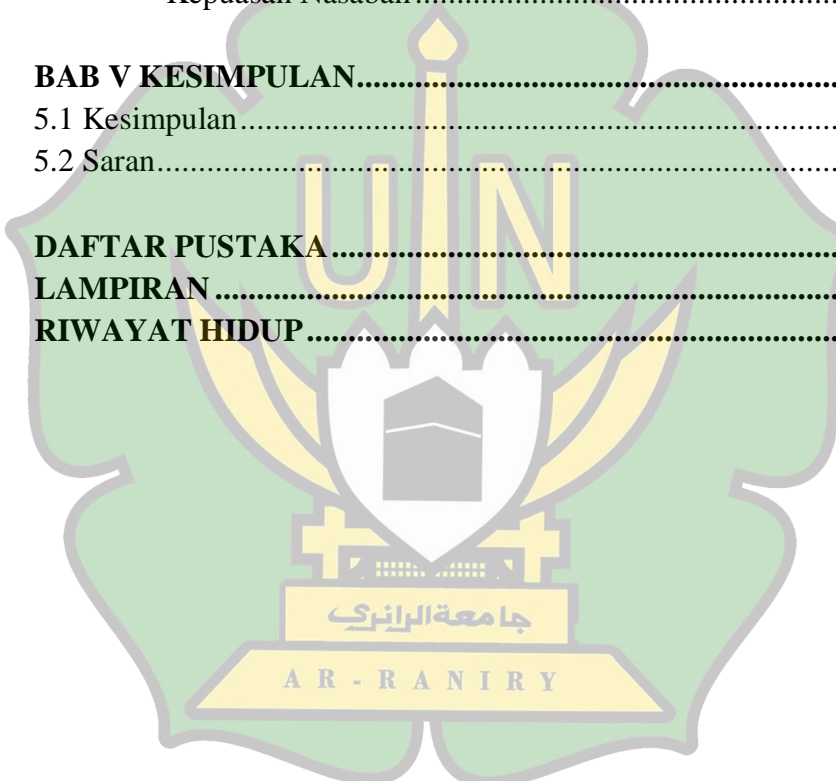
## DAFTAR ISI

<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>FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI...</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN ...</b>	<b>x</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xx</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xxi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Sistematika Pembahasan .....	8
<b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>	<b>10</b>
2.1 Bank Syariah.....	10
2.1.1 Pengertian Bank Syariah .....	10
2.2 Kepuasan Nasabah .....	11
2.2.1 Pengertian Kepuasan Nasabah.....	11
2.2.2 Metode Pengukuran Kepuasan Nasabah .....	12
2.2.3 Indikator Kepuasan Nasabah .....	14
2.2.4 Sebab-Sebab Terjadinya Ketidakpuasan Nasabah.....	15
2.3 Kualitas Pelayanan.....	16
2.3.1 Pengertian Kualitas Pelayanan .....	16
2.3.2 Karakteristik Pelayanan.....	16
2.3.3 Indikator Kualitas Pelayanan.....	17

2.3.4 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan.....	22
2.3.5 Kualitas Pelayanan dalam Perspektif Islam.....	23
2.3.6 Etika Dalam Pelayanan .....	24
2.3.7 Larangan dalam Etika Pelayanan.....	26
2.4 Penelitian Terdahulu .....	29
2.5 Kerangka Berpikir.....	38
2.6 Hipotesis.....	39
2.6.1 Pengaruh Bukti Fisik ( <i>Tangible</i> ) Terhadap Kepuasan Nasabah.....	39
2.6.2 Pengaruh Empati ( <i>Empathy</i> ) Terhadap Kepuasan Nasabah .....	40
2.6.3 Pengaruh Daya Tanggap ( <i>Responsiveness</i> ) Terhadap Kepuasan Nasabah.....	41
2.6.4 Pengaruh Keandalan ( <i>Reliability</i> ) Terhadap Kepuasan Nasabah.....	41
2.6.5 Pengaruh Jaminan ( <i>Assurance</i> ) Terhadap Kepuasan Nasabah.....	42
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>44</b>
3.1 Jenis dan Sumber Data .....	44
3.1.1 Jenis Penelitian .....	44
3.1.2 Sumber Data .....	44
3.2 Teknik Pengumpulan Data .....	44
3.3 Lokasi Penelitian.....	45
3.4 Populasi dan Sampel .....	45
3.5 Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	46
3.6 Skala Pengukuran .....	50
3.7 Uji Instrumen Penelitian.....	51
3.7.1 Uji Validitas.....	51
3.7.2 Uji Reliabilitas .....	52
3.8 Teknik Analisis Data.....	52
3.8.1 Uji Asumsi Klasik.....	52

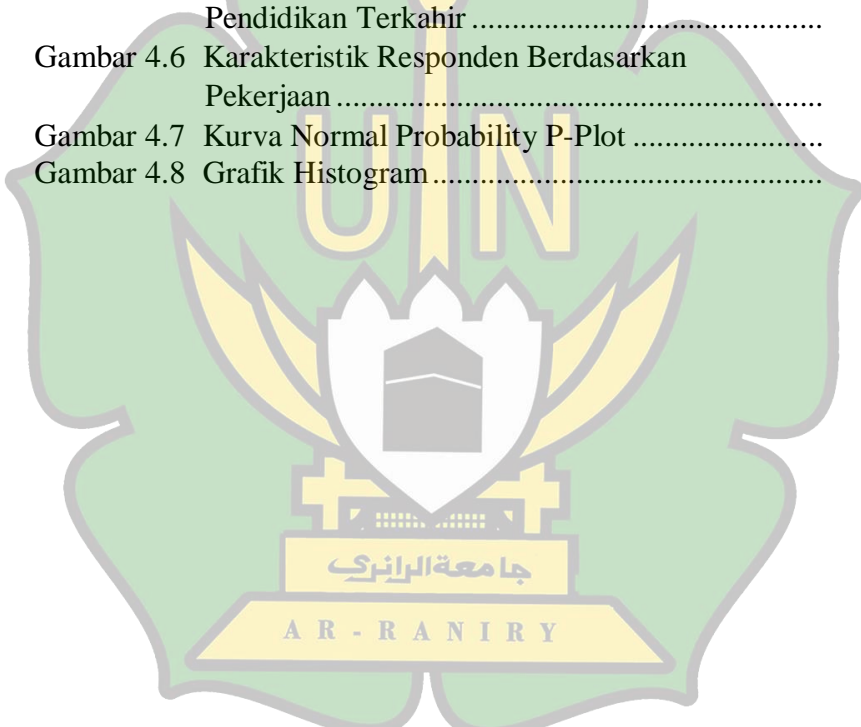
3.8.1.1	Uji Normalitas .....	52
3.8.1.2	Uji Multikolinearitas .....	53
3.8.1.3	Uji Heteroskedastisitas .....	53
3.9	Pengujian Hipotesis.....	54
3.9.1	Analisis Regresi Linear Berganda .....	54
3.9.2	Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	55
3.9.3	Uji t .....	55
3.9.4	Uji F .....	56
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>57</b>
4.1	Gambaran Umum PT. Bank Syariah Indonesia .....	57
4.2	Makna Logo PT Bank Syariah Indonesia.....	58
4.3	Visi dan Misi PT. Bank Syariah Indonesia.....	59
4.4	Struktur Organisasi PT. Bank Syariah KC Ahmad Dahlan Banda Aceh .....	59
4.5	Produk dan Jasa Bank Syariah Indonesia.....	67
4.6	Karakteristik Responden .....	68
4.7	Uji Instrumen Penelitian.....	74
4.7.1	Hasil Uji Validitas .....	74
4.7.2	Hasil Uji Reliabilitas .....	76
4.8	Uji Asumsi Klasik.....	77
4.8.1	Hasil Uji Normalitas .....	77
4.8.2	Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	79
4.8.3	Hasil Uji Multikolinearitas .....	80
4.9	Pengujian Hipotesis.....	81
4.9.1	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....	81
4.9.2	Hasil Uji T (Parsial).....	83
4.9.3	Hasil Uji F (Simultan) .....	85
4.9.4	Hasil Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	87
4.10	Hasil Penelitian .....	87
4.10.1	Hasil Pengaruh Bukti Fisik ( <i>Tangible</i> ) Terhadap Kepuasan Nasabah.....	88
4.10.2	Hasil Pengaruh Empati ( <i>Empathy</i> ) Terhadap	

Kepuasan Nasabah.....	88
4.10.3 Hasil Pengaruh Daya Tanggap ( <i>Responsiveness</i> ) Terhadap Kepuasan Nasabah.....	89
4.10.4 Pengaruh Keandalan ( <i>Reliability</i> ) Terhadap Kepuasan Nasabah.....	90
4.10.5 Pengaruh Jaminan ( <i>Assurance</i> ) Terhadap Kepuasan Nasabah.....	90
<b>BAB V KESIMPULAN.....</b>	<b>92</b>
5.1 Kesimpulan.....	92
5.2 Saran.....	92
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>94</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>98</b>
<b>RIWAYAT HIDUP.....</b>	<b>133</b>



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Skema Kerangka Berpikir .....	39
Gambar 4.1	Logo BSI .....	58
Gambar 4.2	Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Ahmad Dahlan Banda Aceh.....	60
Gambar 4.3	Diagram Jenis Kelamin Responden.....	69
Gambar 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	71
Gambar 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	72
Gambar 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	74
Gambar 4.7	Kurva Normal Probability P-Plot .....	78
Gambar 4.8	Grafik Histogram .....	78



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu .....	33
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel .....	47
Tabel 3.2	Skala Likert .....	51
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	69
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	70
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	71
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	73
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas .....	75
Tabel 4.6	Hasil Uji Reliabilitas .....	76
Tabel 4.7	Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	79
Tabel 4.8	Hasil Uji Multikolinearitas .....	80
Tabel 4.9	Hasil Analisis Regresi Linier .....	81
Tabel 4.10	Hasil Uji t .....	83
Tabel 4.11	Hasil Uji f .....	85
Tabel 4.12	Hasil Pengujian Koefisien Determinasi .....	87



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian .....	98
Lampiran 2	Karakteristik Responden .....	102
Lampiran 3	Tabulasi Data Jawaban Pernyataan 100 Responden .....	104
Lampiran 4	HASIL OUTPUT SPSS .....	123
Lampiran 5	Biodata Penulis.....	133



# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Menurut Yuniarti (2015) Bank merupakan lembaga intermediasi yang menerima simpanan dari nasabah kelebihan dana dan menyalurkan kepada nasabah yang kekurangan dana. Pada perbankan kepuasan nasabah adalah hal pokok yang tidak boleh diabaikan, dimana hal tersebut merupakan aspek strategis memenangkan persaingan dalam mempertahankan citra perusahaan di masyarakat luas.

Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang jasa, pelayanan merupakan faktor yang sangat penting untuk diperhatikan oleh sebuah bank. Menurut Bremen dalam buku (Adiwarman, 2006), komponen pelayanan dalam bisnis tidak dapat dipisahkan baik untuk perusahaan jasa maupun perusahaan dagang. Untuk perusahaan jasa, pelayanan ini sebagai produk yang berdiri sendiri.

Kepuasan nasabah ditentukan oleh kualitas produk dan pelayanan yang dikehendaki nasabah, sehingga jaminan kualitas pelayanan dan produk, menjadi utama bagi perbankan. Produk yang ditawarkan oleh perbankan syariah dapat dibagi menjadi tiga bagian besar, yaitu: Produk penyaluran dana (*financing*), Produk penghimpunan dan (*funding*), dan Produk jasa (*service*) (Karim, 2014).

Permasalahan *service excellence* merupakan hal yang mutlak untuk diperhatikan. Bank harus terus memperbaiki kualitas pelayanannya untuk dapat bersaing dalam persaingan antar bank. Persaingan antar bank saat ini sangat tinggi, hal ini menyebabkan perubahan paradigma nasabah dalam pemilihan sebuah bank. Nasabah datang ke bank tidak hanya sekedar menyetor dan menarik dana, melainkan juga membeli suasana dan menikmati kualitas pelayanan yang diberikan oleh bank (Wathani & Kurniasih, 2015).

Di era persaingan yang semakin kompetitif ini, perusahaan semakin menyadari pentingnya aspek kepuasan nasabah untuk menjamin kelangsungan bisnis mereka. Seorang nasabah yang loyal menjadi *asset* yang sangat bernilai bagi perusahaan. Dipertahankannya nasabah yang loyal dapat mengurangi usaha mencari nasabah baru yang berarti memberikan umpan balik positif kepada perusahaan. Perusahaan dapat lebih melakukan penghematan biaya dalam mempertahankan nasabah yang lama dari pada mencari nasabah baru (Basthor, 2012).

Kepuasan nasabah merupakan manifestasi dan kelanjutan agar terciptanya loyalitas nasabah dalam menggunakan fasilitas maupun jasa pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, serta untuk tetap setia menjadi nasabah dari perusahaan tersebut. Kepuasan nasabah dapat diraih dengan adanya pelayanan yang memuaskan sesuai dengan harapan nasabah atau bahkan melebihi dari harapan nasabah (Rivai, 2006).

Menurut Fandy (2012) kualitas pelayanan merupakan suatu upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan nasabah serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik dan didukung dengan citra perusahaan yang tentunya juga akan mempengaruhi rasa kepercayaan nasabah terhadap perusahaan tersebut.

Secara umum, pelayanan di Indonesia masih dinilai kurang baik sehingga masalah tersebutlah yang harus diperbaiki oleh perusahaan dan lembaga lainnya agar dapat merubah citra buruk tersebut menjadi lebih baik. Seperti yang kita ketahui, masalah adalah ketidaksesuaian suatu keadaan dengan apa yang diinginkan. Begitu juga halnya dalam dunia perbankan, perkembangan teknologi yang semakin maju membuat keunggulan suatu produk sulit untuk dipertahankan, karena pada dasarnya produk lebih mudah untuk ditiru. Untuk itulah, pelayanan yang baik dan berkualitas sangat diperlukan agar dapat memberikan pelayanan yang prima dan kualitas sesuai yang diinginkan serta diharapkan oleh para nasabahnya agar dapat membuat nasabah merasa puas. Salah satu cara untuk menciptakan kepuasan nasabah melalui peningkatan kualitas, karena pelanggan adalah fokus utama ketika kita mengungkap tentang kepuasan dan kualitas nasabah. Persoalan kualitas nasabah menjadi “harga yang harus dibayar” oleh perusahaan agar tetap dapat bertahan dalam bisnisnya. Saat ini hampir semua perusahaan, terlebih perusahaan jasa dapat menghasilkan kualitas yang sama (Lupiyoadi & Hamdani, 2008).

Menurut peneliti kepuasan nasabah adalah tingkat perasaan nasabah setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya. Seorang nasabah, akan merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa dan sangat besar kemungkinannya menjadi nasabah dalam waktu yang lama.

Hasil pengukuran tingkat kepuasan nasabah dapat menunjukkan karakteristik atau atribut apa dari produk/jasa yang membuat pelanggan tidak puas. Tujuan dari pengukuran tingkat kepuasan pelanggan adalah untuk dapat segera mengetahui faktor-faktor yang membuat para nasabah tidak puas untuk segera diperbaiki, sehingga pelanggan tidak kecewa. Menurut (Suprpto, 2011) dalam memberikan pelayanan, menurut setidaknya perusahaan harus memenuhi 5 kriteria kualitas pelayanan yang sering disebut *RATER* sehingga dapat menciptakan peserta/pelanggan yang loyal, yaitu *reliability* (kehandalan), *assurance* (jaminan), *tangible* (bukti fisik), *empathy* (komunikasi), dan *responsiveness* (cepat tanggap):

Bukti fisik (*tangible*) yaitu berupa hal-hal berwujud yang tampak oleh nasabah termasuk bank memiliki ruang tunggu yang nyaman, tersedia slip formulir yang disertai dengan contoh pengisiannya, serta penampilan karyawan yang rapi.

Empati (*empathy*) yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individu atau pribadi yang diberikan kepada para nasabah dengan berupaya memahami keinginan nasabah.

Daya tanggap (*responsiveness*) yaitu kemampuan karyawan menangani keluhan, cara karyawan menyambut nasabah,

pertolongan karyawan terhadap kesulitan nasabah, serta karyawan menanggapi permintaan nasabah dengan cepat.

Keandalan (*reliability*) yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Contoh, kemampuan karyawan dalam memecahkan masalah nasabah, karyawan bank melakukan pencatatan dengan teliti setiap transaksi.

Jaminan (*assurance*) mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf bebas dari bahaya resiko atau keragu-raguan.

Ada beberapa penelitian yang melatarbelakangi penulis mengangkat tema ini, penelitian dari (Febrina, 2016) menyimpulkan bahwa tingkat Kepuasan Nasabah dipengaruhi oleh Kualitas Pelayanan. Kemudian penelitian oleh (Passe, 2016) menunjukkan bahwa *Reliability* dan *Responsiveness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah, sedangkan *Tangible*, *Assurance*, dan *Empathy* berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap Kepuasan Nasabah. Penelitian oleh (Rini, 2021) menyimpulkan bahwa Kualitas layanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Nasabah. Kemudian (Mastura, 2018) menyimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Nasabah berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah. Penelitian oleh (Nasfi, 2020) menyimpulkan bahwa *Tangible*, *Empathy*, *Reliability*, *Responsiveness*, dan *Assurance* berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Nasabah. Terakhir, oleh



(Mustaqim, 2016) menyimpulkan bahwa Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan Bank Muamalat Cabang Palangka Raya sudah cukup memuaskan bagi para nasabah.

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Nasabah PT. BSI KC Ahmad Dahlan Banda Aceh)

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah

1. Apakah bukti fisik (*tangible*) berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah BSI KC Ahmad Dahlan Banda Aceh?
2. Apakah empati (*empathy*) berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah BSI KC Ahmad Dahlan Banda Aceh?
3. Apakah daya tanggap (*responsiveness*) berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah BSI KC Ahmad Dahlan Banda Aceh?
4. Apakah keandalan (*reliability*) berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah BSI KC Ahmad Dahlan Banda Aceh?
5. Apakah jaminan (*assurance*) berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah BSI KC Ahmad Dahlan Banda Aceh?
6. Apakah bukti fisik (*tangible*), empati (*empathy*), daya tanggap (*responsiveness*), keandalan (*reliability*), dan jaminan (*assurance*) berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah pada PT. BSI KC Ahmad Dahlan Banda Aceh?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas dapat dijelaskan tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan wujud fisik (*tangible*) terhadap kepuasan nasabah BSI KC Banda Aceh Ahmad Dahlan.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan empati (*empathy*) terhadap kepuasan nasabah BSI KC Banda Aceh Ahmad Dahlan.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan daya tanggap (*responsiveness*) terhadap kepuasan nasabah BSI KC Banda Aceh Ahmad Dahlan.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan keandalan (*reliability*) terhadap kepuasan nasabah BSI KC Banda Aceh Ahmad Dahlan.
5. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan jaminan (*assurance*) terhadap kepuasan nasabah BSI KC Banda Aceh Ahmad Dahlan.
6. Untuk mengetahui bukti fisik (*tangible*), empati (*empathy*), daya tanggap (*responsiveness*), keandalan (*reliability*), dan jaminan (*assurance*) berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah pada PT. BSI KC Ahmad Dahlan Banda Aceh?

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

### a) Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan peningkatan keilmuan bagi kalangan akademis dan referensi bacaan bagi semua pihak yang membutuhkannya.

### b) Bagi Praktisi

Adalah untuk memberikan masukan, evaluasi dan pemikiran bagi PT. BSI KC Ahmad Dahlan Banda Aceh khususnya dalam hal yang berhubungan dengan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah.

## **1.5 Sistematika Pembahasan**

Tujuan dari sistematika pembahasan ini adalah memberikan gambaran secara umum mengenai isi dari penelitian ini. Sehingga dapat terlihat kesinambungan antara bab satu dengan bab lainnya. Peneliti membagi pembahasan penelitian ini dalam lima bab. Sistematika dalam penelitian ini terdiri atas lima bab, yaitu:

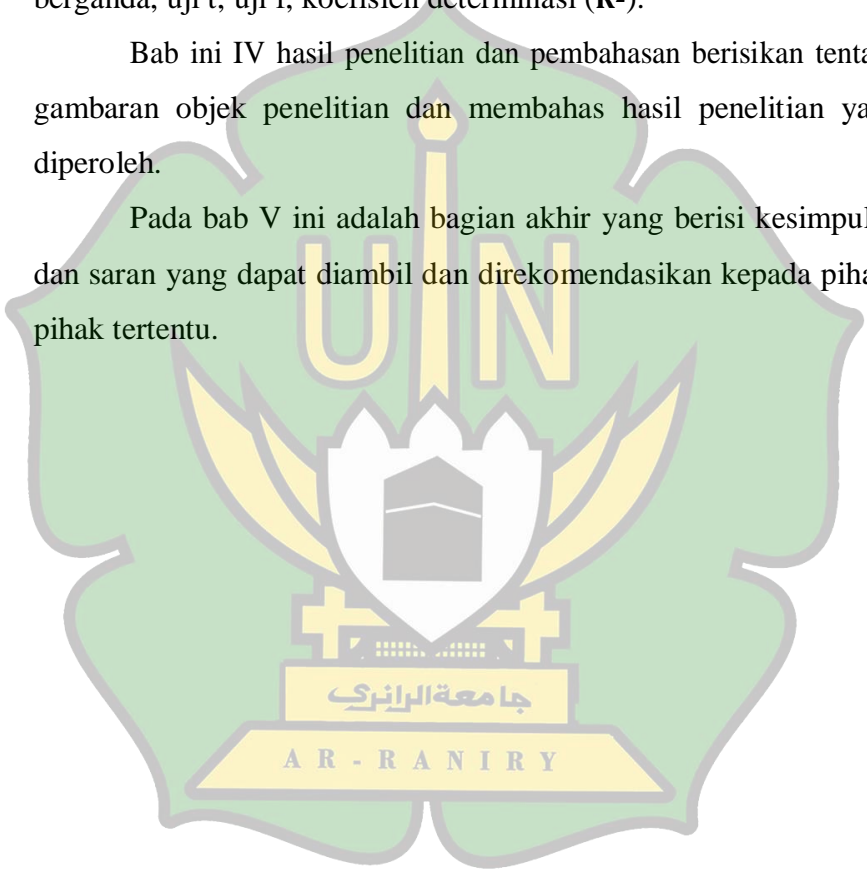
Pada bab I pendahuluan ini terdapat beberapa pokok pembahasan yang dituliskan, yaitu latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

Pada bab II landasan teori ini mencakup teori-teori yang berkenaan dalam pelaksanaan penelitian. Penelitian ini juga menguraikan hasil penelitian-penelitian terdahulu yang berhubungan pada penelitian yang akan dilakukan.

Pada bab III metodologi penelitian ini berisi tentang jenis sumber data, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolinearitas, uji analisis regresi linear berganda, uji t, uji f, koefisien determinasi ( $R^2$ ).

Bab ini IV hasil penelitian dan pembahasan berisikan tentang gambaran objek penelitian dan membahas hasil penelitian yang diperoleh.

Pada bab V ini adalah bagian akhir yang berisi kesimpulan dan saran yang dapat diambil dan direkomendasikan kepada pihak-pihak tertentu.



## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Bank Syariah**

##### **2.1.1 Pengertian Bank Syariah**

Bank Islam atau selanjutnya disebut dengan Bank Syariah, adalah bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga. Bank Islam atau biasa disebut dengan bank tanpa bunga, adalah lembaga keuangan/perbankan yang operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan pada Al-Qur'an dan Hadis Nabi SAW. atau dengan kata lain, Bank Islam adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip syariat Islam (Muhammad, 2014)

Menurut UU No. 7 Tahun 1992 yang direvisi dengan UU Perbankan No. 10 Tahun 1998 mendefinisikan Bank Syariah adalah lembaga keuangan yang pengoperasiannya dengan sistem bagi hasil.

Bank syariah (Harun, 2005) adalah badan usaha yang memberikan jasa penyimpanan uang, pengiriman uang, serta permintaan dan penawaran pokoknya memberikan kredit dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang, beroperasi disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariah.

## 2.2 Kepuasan Nasabah

### 2.2.1 Pengertian Kepuasan Nasabah

Nasabah merupakan pelanggan (*customer*) baik individu maupun perusahaan yang mendapatkan manfaat atau kegunaan dari produk dan jasa dari sebuah perusahaan perbankan, meliputi kegiatan pembelian, penyewaan, serta layanan jasa. Sedangkan minat merupakan perhatian, kesukaan, kesenangan, ketertarikan (kecocokan hati) kepada sesuatu ataupun keinginan terhadap sesuatu. Oleh sebab itu, perlu adanya keterpaduan baik internal maupun eksternal, baik dalam lingkup proses maupun implementasi, serta keluasan dan kedalaman implementasi dari layanan tersebut (Mieke, 2008).

Menurut (Al Arif, 2012) nasabah dapat didefinisikan sebagai orang atau badan hukum yang mempunyai rekening baik rekening simpanan atau pinjaman pada pihak bank. Sehingga nasabah merupakan orang yang biasa terhubung dengan atau menjadi pelanggan bank.

Menurut Kotler dalam (Kasmir, 2017) kepuasan nasabah yaitu keputusan yang diberikan customer pada suatu produk atau service serta membandingkan kesempatan sebelumnya. Dari definisi tersebut dapat disimpulkan kepuasan pelanggan, nasabah atau konsumen yaitu perasaan atau tanggapan terhadap produk atau service yang dialokasikan industri dengan pertimbangan kesempatan mereka dan merasakan kepuasan yang dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan.



menurut Tse dan Wilton dalam Lupiyoadi (2004:349) kepuasan atau ketidakpuasan nasabah adalah respon nasabah terhadap evaluasi ketidaksesuaian (*disconfirmation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.

### **2.2.2 Metode Pengukuran Kepuasan Nasabah**

Adapun metode pengukuran kepuasan nasabah yang digunakan oleh Kotler (2000:41), diantaranya:

#### **1. Sistem keluhan dan saran**

Perusahaan yang memberikan kesempatan penuh bagi nasabahnya untuk menyampaikan pendapat atau bahkan keluhan merupakan perusahaan yang berorientasi pada konsumen (*customer oriented*).

#### **2. Survei kepuasan nasabah**

Sesekali perusahaan perlu melakukan survei kepuasan nasabah terhadap kualitas jasa atau produk perusahaan tersebut. Survei ini dapat dilakukan dengan penyebaran kuesioner oleh karyawan perusahaan kepada para nasabah. Melalui survei tersebut, perusahaan dapat mengetahui kekurangan dan kelebihan produk atau jasa perusahaan tersebut, sehingga perusahaan dapat melakukan perbaikan pada hal yang dianggap kurang oleh nasabah.

#### **3. *Ghost Shopping***

Metode ini dilaksanakan dengan mempekerjakan orang perusahaan (*ghost shopper*) untuk bersikap sebagai konsumen

di perusahaan pesaing, dengan tujuan para *ghost shopper* tersebut dapat mengetahui kualitas pelayanan perusahaan pesaing sehingga dijadikan sebagai koreksi kualitas pelayanan perusahaan itu sendiri.

#### 4. Analisa nasabah yang hilang

Metode ini dilakukan perusahaan dengan cara menghubungi kembali nasabahnya yang telah lama tidak berkunjung atau melakukan transaksi lagi di perusahaan tersebut karena telah berpindah ke perusahaan pesaing.

Selain itu, perusahaan dapat menanyakan sebab-sebab berpindahnya nasabah ke perusahaan pesaing. Terciptanya kepuasan nasabah dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya adalah hubungan antara perusahaan dan nasabah jadi harmonis, memberikan dasar baik bagi pemakaian ulang dan terciptanya kepuasan nasabah dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan, reputasi perusahaan menjadi baik di mata nasabah, dan laba yang diperoleh menjadi meningkat. Dari beragam pengertian kepuasan nasabah diatas, maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan nasabah merupakan tanggapan perilaku, berupa evaluasi atau penilaian purnabeli nasabah terhadap penampilan, kinerja suatu barang atau jasa yang dirasakan nasabah dibandingkan dengan keinginan, kebutuhan, dan harapan terhadap barang atau jasa tersebut. Keseluruhan pendapat di atas rata-rata mengacu pada pendapat Kotler dkk

(2000:52), dengan indikator-indikator didalamnya adalah: Sistem Keluhan dan saran, Survei Kepuasan nasabah, Pembeli Bayangan, Analisa nasabah yang hilang, dan selanjutnya penelitian ini akan mengacu pada teori tersebut.

### **2.2.3 Indikator Kepuasan Nasabah**

Pengukuran kepuasan konsumen sangatlah penting untuk dilakukan karena memberikan informasi bermanfaat bagi perusahaan, pemegang saham, investor, pemerintah dan konsumen. Menurut Kotler di dalam jurnal (Suwardi, 2011), menyatakan bahwa kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah kepuasan konsumen.

Hawkins dan Lowney dalam buku Tjiptono (2004:100) indikator kepuasan pelanggan terdiri dari:

#### **1. Kesesuaian harapan**

Merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh pelanggan dengan yang dirasakan oleh pelanggan, meliputi (Madona, 2017):

- a. Kesesuaian pelayanan yang diberikan oleh karyawan bank sangat baik dan memuaskan.
- b. Nasabah sangat senang dengan para karyawan bank karena sangat ramah dan cepat dalam melayani.
- c. Fasilitas yang ada di Bank Syariah Indonesia sangat lengkap sehingga nasabah akan menggunakan jasa bank kembali.

## 2. Minat untuk berkunjung kembali

Merupakan kesediaan pelanggan untuk menggunakan kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait, meliputi:

- a. Nasabah akan menjadikan Bank Syariah Indonesia sebagai pilihan utama bila ingin menggunakan jasa perbankan.
- b. Berminat untuk datang kembali karena pelayanan yang diberikan memuaskan.
- c. Berminat untuk menggunakan kembali karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah mengkonsumsi produk.

## 3. Kesediaan merekomendasikan

Merupakan kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga, meliputi:

- a. Nasabah bersedia merekomendasikan Bank Syariah Indonesia kepada teman atau kerabat untuk membuka rekening.
- b. Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena pelayanan yang memuaskan.

### **2.2.4 Sebab-Sebab Terjadinya Ketidakpuasan Nasabah**

Bank Syariah telah mengupayakan menciptakan kepuasan bagi nasabah, tetapi masih ada nasabah yang tidak merasa puas. Menurut (Kasmir, 2004) penyebab terjadinya ketidakpuasan nasabah adalah:

1. Hasil yang diharapkan dengan kenyataan yang didapatkan oleh nasabah tidak sesuai.

2. Layanan yang diberikan oleh bank tidak memuaskan.
3. Perilaku dari karyawan bank yang kurang bersikap ramah, sopan santun, dan baik sehingga mengecewakan nasabah.
4. Biaya administrasi yang terlalu tinggi dari pada bank lain.
5. Promosi iklan yang terlalu banyak tetapi tidak sesuai dengan kenyataan yang diharapkan.

## **2.3 Kualitas Pelayanan**

### **2.3.1 Pengertian Kualitas Pelayanan**

Menurut (Rusydi, 2017) kualitas pelayanan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan terbaik yang bermutu dibandingkan dengan pesaingnya.

Menurut (Tjiptono & Chandra, 2007) kualitas pelayanan adalah sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan perkiraan pelanggan. Kualitas pelayanan adalah kelebihan sebuah perusahaan yang diinginkan dan diandalkan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen agar memenuhi keinginannya.

### **2.3.2 Karakteristik Pelayanan**

Pelayanan memiliki empat karakteristik utama, yaitu:

- a. Tidak dapat berwujud (*intangibility*). Pelayanan tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, didengar atau dicium sebelum ada transaksi pembelian. Contoh riil pelayanan yang tidak berwujud dalam Perbankan Syari'ah itu berupa Jasa.

- b. Tidak dapat dipisahkan (*inseparability*). Pelayanan biasanya diproduksi dan dikonsumsi pada waktu yang bersamaan, sehingga hubungan antara pembeli dan penerima pelayanan menjadi penting dalam pemasarannya. Misal, ruang kuliah yang nyaman, fasilitas perpustakaan, dan sebagainya.
- c. Bervariasi (*variability*). Pelayanan mudah sekali berubah-ubah atau tidak konsisten tergantung siapa pemberi jasa, kapan dan dimana diberikan. Contoh riil pelayanan yang berubah-ubah dalam Perbankan Syariah itu berupa Varian Produk.
- d. Daya tahan (*perishability*). Pelayanan tidak dapat disimpan sebagai persediaan yang siap dijual atau dikonsumsi pada saat diperlukan, karena hal tersebut maka pelayanan tidak tahan lama (Rismiati & Suratno, 2001).

### **2.3.3 Indikator Kualitas Pelayanan**

Menurut teori kualitas pelayanan oleh Parasuraman ada lima indikator penilaian terhadap kualitas pelayanan yaitu keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), kepedulian (*emphaty*), dan bukti fisik (*tangible*) yang disebut dengan *Service Quality (SERVQUAL)* (Rafidah, 2014). Menurut Parasuraman dalam (Sangadji, 2013) menyatakan bahwa lima indikator pelayanan kualitas jasa atau layanan dengan model *RATER*, yaitu:

## 1. Bukti Fisik (*tangibles*)

Menurut (Parasuraman, dkk dalam Sunyoto, 2015) Bukti fisik yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensi kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan

prasarana, fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa.

Bukti langsung dalam buku Tjiptono (2012) adalah “bukti fisik dari jasa, bisa berupa fisik peralatan yang digunakan. Representasi fisik dari jasa (misalnya, kartu kredit plastik)”. Sedangkan menurut Kotler (1997) bukti langsung adalah “fasilitas dan peralatan fisik serta penampilan karyawan yang profesional.”

Indikator menurut Husnah (2015) bukti fisik (*tangible*) adalah sebagai berikut:

1. Bank memiliki ruang tunggu yang nyaman.
  2. Tersedia slip atau formulir yang disertai dengan contoh pengisiannya.
  3. Penampilan karyawan yang rapi.
2. Kehandalan (*reliability*)

Kehandalan adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan nasabah yang berarti. Menurut Tjiptono (1996:69) mendefinisikan mencakup dua hal pokok, yaitu konsistensi kerja (*performance*) dan kemampuan untuk dipercaya (*dependability*). Hal ini berarti perusahaan memberikan jasanya secara tepat semenjak saat pertama (*right the first time*). Selain itu



juga berarti bahwa perusahaan yang bersangkutan memenuhi janjinya, misalnya menyampaikan jasanya sesuai dengan jadwal yang disepakati”.

Menurut (Zakaria, 2017) *Reliability* adalah kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat dan kemampuan untuk dipercayakan, terutama memberikan jasa secara tepat waktu (*ontime*), dengan cara yang sama sesuai dengan jadwal yang telah dijanjikan tanpa melakukan kesalahan setiap kali. Setiap pelayanan memerlukan bentuk pelayanan yang handal, artinya dalam memberikan pelayanan. Setiap pegawai diharapkan memiliki kemampuan dalam pengetahuan, keahlian, kemandirian, penguasaan dan profesionalisme kerja yang tinggi, sehingga aktivitas kerja yang dikerjakan menghasilkan bentuk pelayanan yang memuaskan, tanpa ada keluhan dan kesan yang berlebihan atas pelayanan yang diterima oleh masyarakat.

Indikator menurut Tjiptono (2012) keandalan (*reliability*) adalah sebagai berikut:

1. Kemampuan karyawan dalam memecahkan masalah nasabah
  2. Karyawan bank syariah melakukan pencatatan dengan teliti dalam setiap transaksi.
  3. Registrasi yang tepat waktu.
3. Daya Tanggap (*responsiveness*)

Daya tanggap adalah “suatu kemampuan untuk membantu untuk memberikan pelayanan yang cepat (*responsive*) dan tepat kepada nasabah, dengan penyampaian informasi yang jelas.

Membiarkan konsumen menunggu tanpa adanya suatu alasan yang jelas menyebabkan persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan”.

Menurut Lovlock & Wright dalam (Widjaja, 2017), *responsiveness* berarti tanggap terhadap kebutuhan nasabah dengan cepat dalam memberikan layanan.

Indikator menurut (Tjiptono, 2012) daya tanggap (*responsiveness*) adalah sebagai berikut:

1. Cara karyawan menyambut nasabah.
2. Pertolongan karyawan terhadap kesulitan nasabah.
3. Karyawan menanggapi permintaan nasabah dengan cepat.
4. Jaminan (*assurance*)

Menurut (Chandra dalam Zakaria 2017) Jaminan berkaitan dengan perilaku pada karyawan untuk menumbuhkan kepercayaan nasabah terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi nasabahnya. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah nasabah. Terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi (*communication*), Kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*), dan sopan santun (*courtesy*). Jaminan atas pelayanan yang diberikan oleh pegawai sangat ditentukan oleh performance atau kinerja pelayanan.

Indikator menurut Artana (2016) jaminan (*assurance*) adalah sebagai berikut:

1. Bank syariah menjamin keamanan nasabah dalam bertransaksi.
  2. Memberikan perhatian penuh kepada nasabah saat melakukan transaksi.
  3. Pengetahuan karyawan terhadap produk bank.
5. Empati (*empathy*)

Menurut Parasuraman, dkk dalam Sunyoto (2015) empati (*empathy*) yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para nasabah dengan berupaya memahami keinginan konsumen.

Setiap kegiatan atau aktivitas pelayanan memerlukan adanya pemahaman dan pengertian dalam kebersamaan asumsi atau kepentingan terhadap suatu hal yang berkaitan dengan pelayanan. Pelayanan akan berjalan dengan lancar dan berkualitas apabila setiap pihak yang berkepentingan dengan pelayanan memiliki rasa empati (*empathy*) dalam menyelesaikan atau mengurus atau memiliki komitmen yang sama terhadap pelayanan. (Lupiyoadi, 2013)

Empati (*empathy*) yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

Indikator menurut (Tjiptono, 2012) empati (*empathy*) adalah sebagai berikut:

1. Kepekaan karyawan untuk mengetahui minat nasabah
2. Pegawai mengucapkan salam dan terima kasih diakhir layanan.
3. Karyawan mempunyai interaksi yang baik dengan nasabah.

Dimensi-dimensi ini menentukan tingkat kepuasan dari para nasabah. Kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah sangat berkaitan erat. Kualitas pelayanan memberikan suatu dorongan kepada nasabah untuk menjalin ikatan yang kuat dan bank. Ikatan seperti ini dalam jangka panjang memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Pada dasarnya kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan atas produk atau jasa berpengaruh pada pola perilaku selanjut.

#### **2.3.4 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan**

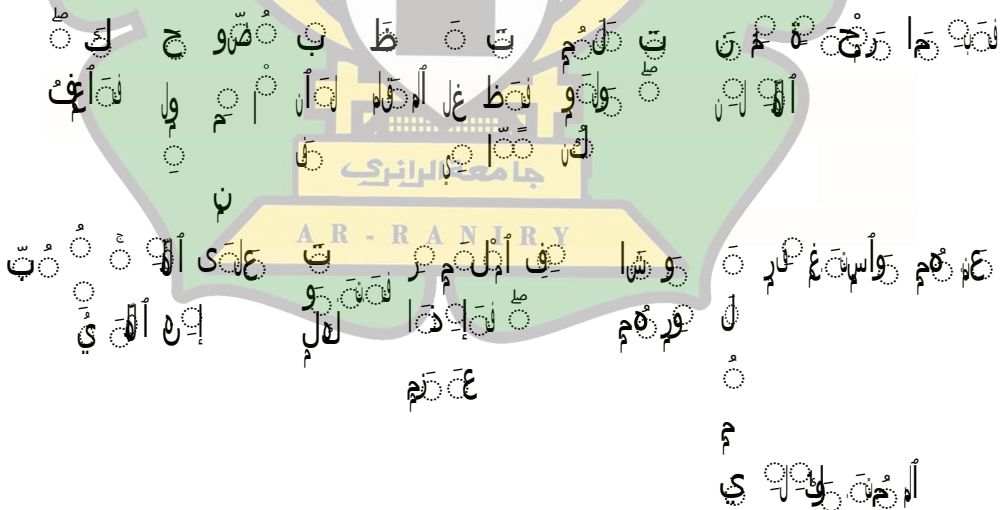
Christian Gronroos dalam Roland Jacobis (2013:621) mengemukakan bahwa terdapat 4 faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu:

1. Menjaga dan memperhatikan, bahwa pelanggan akan merasakan kepuasan pelayanan karyawan dan sistem operasional yang ada dapat menyelesaikan problem mereka.
2. Spontanitas, dimana karyawan menunjukkan keinginannya untuk menyelesaikan masalah pelanggan.

3. Penyelesaian masalah, karyawan yang berhubungan langsung dengan pelanggan harus memiliki keahlian untuk menjalankan tugas berdasarkan standar yang telah ditetapkan.
4. Perbaiki, apabila terjadi hal-hal yang tidak diinginkan maupun hal yang tidak terduga, haruslah mempunyai personil yang dapat menyiapkan usaha-usaha khusus untuk dapat mengatasi kondisi tersebut.

### 2.3.5 Kualitas Pelayanan dalam Perspektif Islam

Islam mengajarkan bahwa dalam memberikan pelayanan pada usaha yang dijalankan jangan memberikan yang buruk dan tidak berkualitas, melainkan harus yang baik dan berkualitas kepada pelanggan. Hal ini seperti yang terdapat dalam Al-Quran surat Ali-Imran ayat 159, yang menyatakan bahwa:



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 bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya". (QS Ali - 'Imran: 159)*

Menurut Ibn Katsir di dalam tafsirnya Al-Quran, sikap lemah lembut yang dimiliki oleh nabi Muhammad SAW itu tiada lain

disebabkan karena rahmat Allah yang dianugerahkan kepadanya, sehingga beliau bersikap lemah lembut terhadap mereka. Demikian juga Al-Hasan Al-Basri mengatakan bahwa begitulah akhlak nabi Muhammad SAW yang diutus oleh Allah. Kemudian ayat selanjutnya mengatakan: “dan jikalau kamu bersikap keras dan berhati kasar tentulah mereka akan menjauh darimu”, artinya adalah sekiranya kamu kasar dalam bertutur kata dan berkeras hati dalam menghadapi mereka, niscaya mereka bubar darimu dan menjauhimu.

### **2.3.6 Etika Dalam Pelayanan**

Untuk menghasilkan pelayanan yang berkualitas baik, maka setiap karyawan bank syariah harus memiliki pengetahuan tentang perbankan dan tentunya memiliki etika yang baik pula. Menurut (Wood, 2009) ada dasar-dasar dalam etika perbankan yang harus dijalankan oleh setiap karyawan bank syariah, yaitu seperti:

1. Transaksi harus dilayani dengan cepat, cermat, tepat dan akurat. Cepat maksudnya adalah waktu pelayanan yang tidak terlalu lama, dan tidak membiarkan nasabah terlalu lama mengantri dilayani. Cermat artinya pelayanan yang diberikan harus teliti dan tidak boleh ada yang tidak sesuai dengan standar pelayanan. Tepat artinya pelayanan diberikan sesuai dengan apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh nasabah.
2. Karyawan bank syariah juga wajib menguasai sistem dan prosedur pelayanan.
3. Jika ada nasabah yang mengadukan keluhan, maka karyawan bank harus tanggap untuk menyelesaikan masalah nasabah.



4. Karyawan harus selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan nasabah.
5. Menciptakan hubungan yang baik antara pimpinan dan karyawan bank syariah serta dengan nasabah.
6. Karyawan bank syariah harus berlaku sopan, ramah dan selalu sigap untuk membantu nasabah.
7. Menjaga perasaan agar nasabah merasa tenang, aman dan nyaman ketika bertransaksi di bank syariah agar bank syariah dapat memperoleh kepercayaan nasabah.
8. Penataan ruangan, peralatan serta lingkungan kantor yang memenuhi syarat.

Dalam hal melayani nasabah etika karyawan bank syariah harus sesuai dengan prosedur bank syariah, sehingga ketika nasabah datang ke bank syariah tersebut, nasabah merasa dihargai dan dihormati sehingga dapat menimbulkan suasana keakraban dan keharmonisan antara pihak bank syariah dengan nasabah (Rahmayanty, 2013). Berikut adalah etika pelayanan yang diberikan oleh karyawan bank syariah dalam memberikan kualitas pelayanan yang baik:

1. Mengucapkan salam saat bertemu dengan nasabah. Contohnya Assalamu'alaikum, selamat pagi atau selamat siang.
2. Sesudah mengucapkan salam, segera mempersilahkan nasabah untuk duduk memberitahukan nasabah agar sabar menunggu giliran dilayani.

3. Bertanya tentang keperluan nasabah secara ramah, sopan dan lemah lembut serta membiasakan untuk mengatakan tolong atau maaf saat meminta nasabah untuk mengisi formulir atau untuk menunggu sebentar.
4. Karyawan bank syariah hendaknya mengucapkan terimakasih apabila nasabah memberikan saran atau ketika nasabah selesai bertransaksi.

### **2.3.7 Larangan dalam Etika Pelayanan**

Larangan dalam Etika Pelayanan Etika Pelayanan dalam bank syariah bertujuan supaya pelayanan yang diberikan kepada setiap calon nasabah atau yang telah menjadi nasabah menjadi lebih optimal sehingga tujuan bank syariah dapat tercapai. Selain itu, ada hal-hal yang tidak boleh dilanggar dalam memberikan pelayanan kepada nasabah dari awal sampai berakhirnya pelayanan. Larangan-larangan dalam etika pelayanan harus diperhatikan oleh pihak bank syariah maupun nasabah, agar larangan-larangan tersebut tidak terjadi (Kasmir, 2006):

#### **1. Dilarang berpakaian sembarangan**

Karyawan bank syariah dilarang berpakaian sembarangan terutama pada saat jam kerja dan ketika melayani nasabah. Karyawan laki-laki dilarang menggulung baju kemeja atau tidak memasukkan baju ke dalam dan dilarang menggunakan aksesoris yang berlebihan.

2. Dilarang melayani nasabah sambil makan

Ketika sedang melayani nasabah, karyawan dilarang melayani sambil makan, minum, mengunyah sesuatu ataupun merokok, karena apabila hal itu dilakukan akan berkurangnya konsentrasi dalam melayani nasabah.

3. Dilarang melayani nasabah sambil mengobrol atau bercanda

Sebaiknya dalam melayani nasabah, karyawan jangan mengobrol dan bercanda dengan karyawan lain dalam kondisi apapun. Fokuskan pembicaraan hanya dengan nasabah yang sedang dilayani. Jika hal tersebut dilanggar, maka kemungkinan nasabah akan tersinggung karena dianggap tidak serius dengan pekerjaannya.

4. Dilarang menampakkan wajah yang tidak menyenangkan.

Karyawan dilarang menampakkan wajah yang kurang menyenangkan, seperti wajah yang cemberut, memelas atau sedih pada saat melayani nasabah. Karyawan yang melayani nasabah dengan wajah cemberut dianggap melayani karena terpaksa, maka dari itu, di depan nasabah, karyawan harus selalu menampakkan wajah yang riang dan ceria.

5. Dilarang berdebat atau menyanggah

Karyawan dilarang berdebat atau memperdebatkan tentang pendapat nasabah, sekalipun pendapat nasabah tersebut salah, karyawan harus dapat menjelaskan secara jelas dan tidak membuat nasabah marah, agar tidak terjadi salah paham antara karyawan dengan nasabah.

#### 6. Dilarang meninggalkan nasabah

Dilarang meninggalkan nasabah bila sedang melayani nasabah tersebut. Nasabah harus selalu ditemani, karena ketika ada masalah yang dikeluhkan atau yang tidak dimengerti nasabah, karyawan segera cepat tanggap dalam membantu. Karyawan juga dilarang melayani nasabah lain, ketika sedang memberikan pelayanan kepada seorang nasabah

#### 7. Dilarang berbicara terlalu keras atau lemah

Berbicara terlalu keras dapat mengakibatkan salah faham bagi nasabah. Nasabah akan menganggap karyawan sedang marah atau menganggap nasabah tuli. Selain itu, suara yang terlalu keras, berisik dan dapat mengganggu nasabah lain yang sedang dilayani. Sedangkan berbicara terlalu lemah juga dapat menimbulkan suara yang tidak jelas pada saat melayani nasabah. Oleh sebab itu, dalam melayani nasabah usahakan suara harus jelas dengan tutur kata yang sopan.

#### 8. Dilarang keras meminta imbalan atau janji-janji

Larangan meminta imbalan atau janji-janji tertentu kepada nasabah adalah larangan keras bagi karyawan, karena mengingat karyawan sudah digaji oleh bank syariah. Membuat janji-janji yang berlebihan juga berbahaya karena apabila karyawan tidak mampu menepati janji akan berakibat fatal. Kepercayaan nasabah akan hilang jika janji-janji tersebut tidak ditepati.

## 2.4 Penelitian Terdahulu

Peneliti telah memilih beberapa judul penelitian sebelumnya yang terkait dengan penelitian ini serta dapat mendukung penelitian ini dengan mengidentifikasi persamaan dan perbedaan yang terdapat pada setiap penelitian-penelitian tersebut.

Pertama, penelitian dari (Febriana, 2016) yang berjudul “Analisis Kualitas Pelayanan Bank Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung”. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh variabel kualitas pelayanan bank terhadap kepuasan nasabah. Penelitian dilakukan pada Bank Muamalat Indonesia kantor cabang pembantu Tulungagung. Metode dalam menilai kepuasan nasabah menggunakan analisis *SERVQUAL* atau analisis gap. Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan angket yang diberikan kepada 196 sampel dengan unit analisis menggunakan analisis regresi. Berdasarkan hasil analisis membuktikan bahwa secara simultan dimensi *CARTER* yang terdiri dari *compliance*, *assurance*, *reliability*, *tangibles*, *empathy*, dan *responsiveness* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Analisis *servqual* menunjukkan bahwa dari keseluruhan instrumen dimensi *CARTER* terdapat kesenjangan atau gap antara harapan nasabah dengan kualitas pelayanan.

Kedua, penelitian dari (Passe, 2016) yang berjudul “Analisis Kualitas Pelayanan Bank Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung”.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, yaitu: *Tangible* (layanan bukti fisik), *Reliability* (layanan kehandalan), *Responsiveness* (layanan tanggapan), *Assurance* (layanan jaminan) dan *Empathy* (layanan empati) pada kepuasan nasabah PT. Bank Papua Cabang Daerah Istimewa Yogyakarta. Jenis penelitian ini adalah penelitian empiris. Populasi dalam penelitian ini adalah semua nasabah di PT. Bank Papua Cabang Daerah Istimewa Yogyakarta dengan sampel sebanyak 100 orang nasabah penabung. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik *Incidental Sampling*. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner. Analisis data dilakukan dengan teknik analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Tangible* (layanan bukti fisik), *Assurance* (layanan jaminan) dan *empathy* (layanan empati) berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah. *Reliability* (layanan kehandalan) dan *Responsiveness* (layanan tanggapan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Ketiga, penelitian dari (Rini, 2021) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BRI Cabang Kabupaten Bulukumba”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BRI Cabang Kabupaten. Jenis penelitian yang digunakan adalah Deskriptif Kuantitatif. Data yang diolah adalah hasil dari penyebaran kuesioner kepada nasabah pada bank BRI Cabang Kabupaten Bulukumba. Dengan menggunakan populasi

sebanyak 5199 orang dan sampel sebanyak 98. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear sederhana. Untuk menjelaskan deskripsi penelitian yang berkaitan dengan Hipotesis dengan menggunakan analisis: Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji T (parsial). Berdasarkan hasil penelitian bahwa Pengaruh kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan nasabah pada Bank BRI Cabang Kabupaten Bulukumba.

Keempat, penelitian oleh (Mastura, 2018) yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada PT. Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh). Penelitian ini bertujuan untuk mengungkapkan pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan nasabah terhadap kepuasan nasabah (studi pada PT. Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh). Jenis penelitian yang dilakukan adalah pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian adalah seluruh nasabah pada PT. Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling*. Data dikumpulkan melalui angket atau kuesioner dengan menggunakan skala likert yang telah diuji kesahihan dan keandalannya. Penelitian ini menggunakan uji validitas dan reliabilitas, kemudian uji asumsi klasik serta analisis korelasi, analisis regresi linear sederhana dan berganda. Hasil penelitian ini adalah (1) kualitas pelayanan dan kepercayaan nasabah secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. (2) Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap



kepuasan nasabah. (3) Kepercayaan nasabah berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Kelima, penelitian oleh (Nasfi, 2020) yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah pada PT. BPRS Haji Miskin Kantor Pusat Kab. Tanah Datar dan Kantor Cabang Kota Payakumbuh. Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan (*service quality*), yaitu *tangible* (tampilan fisik), *empathy* (perhatian), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (tangapan) dan *assurance* (jaminan) terhadap kepuasan nasabah pada PT. BPRS Haji Miskin kantor Pusat Kab. Tanah Datar dan Kantor Cabang Kota Payakumbuh. Populasi penelitian menggunakan *accidental sampling* (sampling insidental), teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan terhadap nasabah produk simpanan maupun pembiayaan, yang layak sebagai sumber data selama 10 hari, dengan sampel 100 orang. Analisis data penelitian model persamaan struktural, program aplikasi SPSS menguji 5 (lima) hipotesis yang telah dikembangkan. 5 (lima) hipotesis diajukan diterima, *Tangibles* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, *Empathy* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, *reliability* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, *Responsiveness* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. *Assurance* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Keenam, Penelitian dari (Mustaqim, 2016) Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan Bank Muamalat Cabang

Palangka Raya sudah cukup memuaskan bagi para nasabah. Namun, masih terdapat beberapa faktor yang bisa dibenahi seperti jaringan ATM yang sering *offline* dan jumlah kantor serta mesin ATM yang perlu ditambahkan lagi dengan diiringi tingkat promosi yang lebih luas.

Berikut tabel penelitian terdahulu yang menjadi pendukung penulis, antara lain:

**Tabel 2. 1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	(Febriana, 2016)	Analisis Kualitas Pelayanan Bank Terhadap Kepuasan nasabah pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung	Hasilnya ialah tingkat kepuasan nasabah BMI KCP Tulungagung dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang diberikan oleh BMI KCP Tulungagung. Terdapat kesenjangan antara harapan dengan persepsi nasabah atas kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak BMI KCP Tulungagung	- model analisis regresi linier berganda - jenis data kuantitatif	- subjek penelitian pada nasabah BMI KCP Tulungagung - sampel 196 responden - dimensi CARTER

No	Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
			, sehingga dapat disimpulkan bahwa harapan nasabah atas kualitas pelayanan yang akan mereka terima di BMI KCP Tulungagung lebih tinggi dari pada kualitas pelayanan yang telah di berikan oleh BMI KCP Tulungagung .		
2	(Passe, 2016)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Studi pada PT. Bank Papua - R A Cabang Daerah Istimewa Yogyakarta	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>tangible</i> (layanan bukti fisik), <i>assurance</i> (layanan jaminan), <i>empathy</i> (layanan empati), berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah. <i>Reliability</i>	- sampel sebanyak 100 responden -pengumpulan data dengan kuesioner - analisis data regresi linier berganda	- subjek penelitian pada nasabah PT. Bank Papua Cabang Daerah Istimewa Yogyakarta - teknik <i>incidental sampling</i> - <i>responsiveness</i> berpengaruh positif dan signifikan

No	Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
			(layanan kehandalan), dan <i>responsiveness</i> (layanan tanggapan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.		
3	(Mustaqim, 2016)	Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Muamalat Cabang Palangka Raya	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan Bank Muamalat Cabang Palangka Raya sudah cukup memuaskan bagi para nasabah. Namun, masih terdapat beberapa faktor yang bisa dibenahi seperti jaringan ATM yang perlu ditambahkan lagi dengan diiringi tingkat promosi	-variabel terikat yang sama yaitu kepuasan nasabah (Y)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- jenis data kualitatif</li> <li>- pengumpulan data dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi</li> <li>-subjeknya nasabah Bank Muamalat Cabang Palangka Raya</li> <li>- teknik analisis data, reduksi data, penyajian data, menarik kesimpulan, dan verifikasi.</li> </ul>

No	Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
			yang lebih luas.		
4	(Mastura, 2018)	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada PT. Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh)	Hasil penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Nasabah Bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Kepercayaan nasabah berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.	- jenis data kuantitatif - skala likert - variabel terikat yaitu kepuasan nasabah (Y) - angket atau kuesioner	- analisis korelasi, analisis regresi linear sederhana - sampel <i>accidental sampling</i> - subjek penelitian Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada PT. Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh)
5	(Nasfi, 2020)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah pada PT. BPRS Haji Miskin Kantor Pusat Kab. Tanah	Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan oleh peneliti, <i>Tangibles</i> (tampilan fisik), <i>Empathy</i>	- variabel terikatnya kepuasan nasabah (Y) - sampel 100 responden	- <i>accidental sampling</i> - <i>responsiveness</i> berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah - subjek penelitian

No	Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
		Datar dan Kantor Cabang Kota Payakumbuh	(perhatian), <i>Reliability</i> (kehandalan), <i>Responsiveness</i> (tanggapan), <i>Assurance</i> (jaminan), berpengaruh secara signifikan kepada Kepuasan Nasabah pada BPRS Haji Miskin		Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah pada PT. BPRS Haji Miskin Kantor Pusat Kab. Tanah Datar dan Kantor Cabang Kota Payakumbuh.
6	(Rini, 2021)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap kepuasan Nasabah pada Bank BRI Cabang Kabupaten Bulukumba	Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah pada bank BRI cabang Kabupaten Bulukumba maka kesimpulan yang dapat diambil dalam penelitian ini adalah kualitas	- jenis data kuantitatif - hasil penyebaran kuesioner	- sampel sebanyak 98 responden - subjek penelitian pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah pada Bank BRI Cabang Kabupaten Bulukumba

No	Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
			layanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah.		

Sumber: data diolah (2022)

## 2.5 Kerangka Berpikir

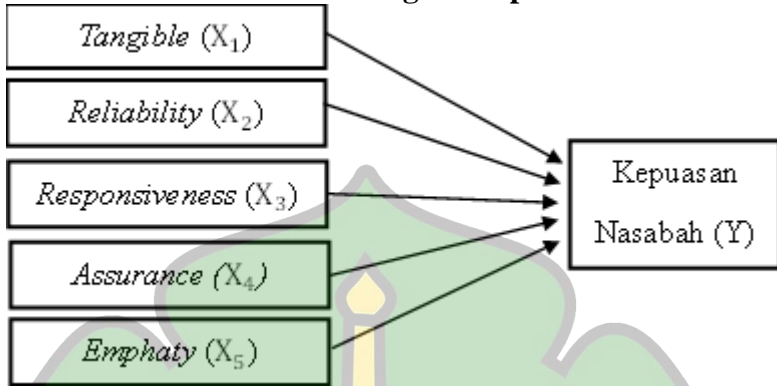
*Logical construct* atau kerangka pemikiran adalah kerangka (gambar) yang menjelaskan hubungan pengujian antar variabel, yang bertujuan supaya memperjelas maksud pelaksanaan penelitian dan memudahkan dalam pemahaman maka dijelaskan kerangka pemikiran sebagai landasan dalam pemahaman (Wahid, 2013).

Perusahaan dalam hal ini adalah bank harus memperhatikan hal-hal yang dianggap penting oleh para nasabah, agar nasabah dapat merasa puas. Untuk itulah, perusahaan perlu menilai apa saja yang mempunyai hubungan dengan kepuasan nasabahnya. Kualitas pelayanan terdiri dari beberapa indikator yaitu *tangible* (berwujud) *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (empati). Kelima indikator itulah yang akan mempengaruhi kepuasan nasabah.

Berdasarkan hal tersebut, kerangka pemikiran pada penelitian ini adalah sebagai berikut:



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



Sumber: data diolah 2022

## 2.6 Hipotesis

Hipotesis merupakan kemungkinan jawaban sementara dari persoalan yang dihadapi dalam penelitian ini yang kebenarannya masih lemah atau bersifat dugaan (Santoso, 2010).

### 2.6.1 Pengaruh Bukti Fisik (*Tangible*) Terhadap Kepuasan Nasabah

Bukti langsung (*tangible*) dalam bukunya (Lupiyoadi, 2001) yaitu “kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensi kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana, fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa, yang meliputi fasilitas fisik.

Menurut (Kotler dkk, 2000:52) kepuasan nasabah (*customer*) adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya.

Sedangkan menurut Tse dan Wilton (dalam Lupiyoadi, 2004:349) kepuasan atau ketidakpuasan nasabah adalah respon nasabah terhadap evaluasi ketidaksesuaian (*disconfirmation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.

Hasil penelitian dari (Nasfi, 2020) menyimpulkan bahwa *Tangibles* (bukti fisik) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada BPRS Haji Miskin.

Berdasarkan penjelasan tersebut, maka hipotesis yang diajukan adalah:

H<sub>1</sub>: *Tangible* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah

### **2.6.2 Pengaruh Empati (*Empathy*) Terhadap Kepuasan Nasabah**

Empati yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

Hasil penelitian (Afrillia, 2019) menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *empathy* dan kepuasan nasabah dengan hasil penelitian yang dilakukan diperoleh nilai t hitung > t tabel atau  $3,897 > 1,661$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis kelima diterima.

Berdasarkan penjelasan tersebut, maka hipotesis yang diajukan adalah:

H<sub>2</sub>: *Empathy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah

### **2.6.3 Pengaruh Daya Tanggap (*Responsiveness*) Terhadap Kepuasan Nasabah**

Menurut (Lupiyoadi, 2001) daya tanggap adalah “suatu kemampuan untuk membantu untuk memberikan pelayanan yang cepat (*responsive*) dan tepat kepada nasabah, dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan konsumen menunggu tanpa adanya suatu alasan yang jelas menyebabkan persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan”.

Hasil penelitian dari (Afrillia, 2019) menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *responsiveness* dan kepuasan nasabah dengan hasil penelitian yang dilakukan diperoleh nilai t hitung > t tabel atau 2,634 > 1,661, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga diterima.

Berdasarkan penjelasan tersebut, maka hipotesis yang diajukan adalah:

H<sub>3</sub>: *Responsiveness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah

### **2.6.4 Pengaruh Keandalan (*Reliability*) Terhadap Kepuasan Nasabah**

Kehandalan menurut (Lupiyoadi, 2001:148) adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan

secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan nasabah yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama, untuk semua nasabah tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.

Hal ini berarti perusahaan memberikan jasanya secara tepat semenjak saat pertama (*right the first time*). Selain itu juga berarti bahwa perusahaan yang bersangkutan memenuhi janjinya, misalnya menyampaikan jasanya sesuai dengan jadwal yang disepakati". Secara definisi keandalan dalam Tjiptono (1997:14) adalah kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan cepat, akurat, dan memuaskan".

Hasil penelitian dari (Passe, 2016) menyatakan bahwa *Reliability* (layanan keandalan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Berdasarkan penjelasan tersebut, maka hipotesis yang diajukan adalah:

H<sub>4</sub>: *Reliability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah

#### **2.6.5 Pengaruh Jaminan (*Assurance*) Terhadap Kepuasan Nasabah**

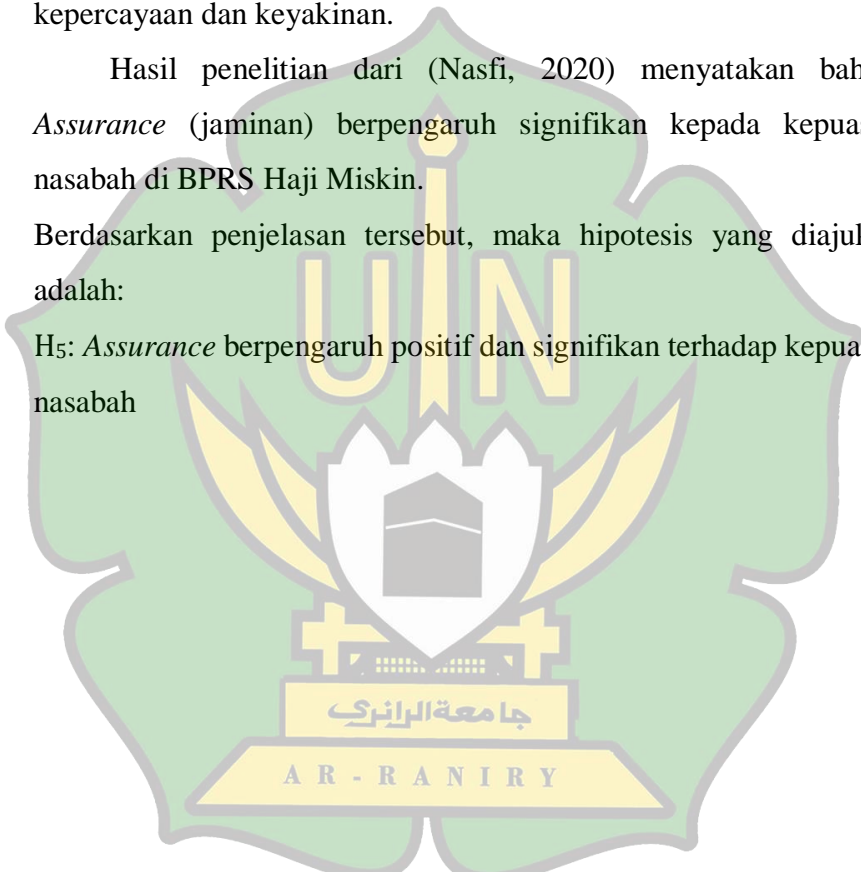
Jaminan (*assurance*) dalam Lupiyoadi (2001:148) yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para nasabah kepada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi

(*communication*). Kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*), dan sopan santun (*courtesy*). Sedangkan menurut Kotler (1997:53) jaminan adalah pengetahuan dan kesopanan dari karyawan, dan kemampuan untuk mendapatkan kepercayaan dan keyakinan.

Hasil penelitian dari (Nasfi, 2020) menyatakan bahwa *Assurance* (jaminan) berpengaruh signifikan kepada kepuasan nasabah di BPRS Haji Miskin.

Berdasarkan penjelasan tersebut, maka hipotesis yang diajukan adalah:

H<sub>5</sub>: *Assurance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah



## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis dan Sumber Data**

##### **3.1.1 Jenis Penelitian**

Menurut jenisnya data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yaitu jenis data yang disajikan dalam bentuk angka yang dapat diukur (Sugiyono, 2016). Sedangkan pendekatan penelitian ini mengacu kepada *field research*. Penelitian *field research* merupakan penelitian lapangan, jadi peneliti harus ikut terjun ke lapangan untuk mengumpulkan sejumlah data yang diperlukan (Bungin, 2005).

##### **3.1.2 Sumber Data**

Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Menurut (Muhammad, 2008) data primer adalah data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama. Data primer dalam penelitian ini diperoleh langsung dari jawaban para responden terhadap pertanyaan yang telah diajukan pada kuesioner yang disebar kepada para responden.

#### **3.2 Teknik Pengumpulan Data**

##### **1. Angket atau Kuesioner**

Teknik pengumpulan data dengan kuesioner atau angket adalah pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan atau pernyataan kepada responden dengan harapan

responden memberikan respon atas pertanyaan atau pernyataan tersebut (Umar, 2009).

### **3.3 Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian bertempat pada Kantor Cabang PT. BSI Ahmad Dahlan Jln. KH Ahmad Dahlan No. 111, Banda Aceh, Indonesia.

### **3.4 Populasi dan Sampel**

#### **1. Populasi**

Populasi merupakan keseluruhan individu yang dijadikan sasaran dalam penelitian berbagai fenomena sosial yang dirasakan dan dapat diamati oleh orang lain atau anggota populasi itu sendiri. Menurut (Sugiyono, 2016) bahwa “populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Populasi pada penelitian ini adalah nasabah pada PT. BSI KC Ahmad Dahlan Banda Aceh yang berjumlah 74.105 orang nasabah pada tahun 2021. (BSI Kantor Cabang Ahmad Dahlan Banda Aceh)

#### **2. Sampel**

Arikunto (2002:109) menyebutkan bahwa sampel merupakan Sebagian atau perwakilan populasi yang akan diteliti. Menurut Sugiyono (2013) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi 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. Sampel diambil dengan menggunakan teknik pengambilan sampel yaitu suatu cara yang digunakan untuk memilih dan mengambil anggota-anggota dari populasi yang digunakan sebagai sampel, dalam penelitian ini adalah *probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Teknik ini meliputi, *simple random sampling* yaitu pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.

Untuk mendapatkan jumlah sampel yang dapat mewakili populasi, maka peneliti menggunakan rumus Slovin (Muhammad, 2008):

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

$$n = \frac{74.105}{1 + 74.105 (10\%)^2}$$

$$n = 99,86 \text{ atau } 100 \text{ responden}$$

Keterangan:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih ditolerir yaitu 10% (0,1).

### 3.5 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Definisi operasional adalah suatu definisi yang diberikan kepada suatu variabel atau konstruk dengan cara memberikan arti, atau

menspesifikasikan kegiatan, ataupun memberikan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel (Nazir, 2011).

Definisi operasional dari variabel yang digunakan sebagai berikut:

**Tabel 3.1**  
**Definisi Operasional Variabel**

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1.	<i>Tangible</i> (X <sub>1</sub> )	Kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Berkenaan dengan penampilan fisik fasilitas layanan, peralatan/perlengkapan, sumber daya manusia, dan materi komunikasi perusahaan Tjiptono (2012).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bank memiliki ruang tunggu yang nyaman</li> <li>2. Tersedia slip atau formulir yang disertai dengan contoh pengisiannya</li> <li>3. Penampilan karyawan yang rapi</li> </ol>	Skala Likert 1-5
2.	<i>Reliability</i> (X <sub>2</sub> )	Kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kemampuan karyawan dalam memecahkan masalah nasabah.</li> <li>2. Karyawan bank syariah melakukan pencatatan dengan</li> </ol>	Skala Likert 1-5

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
		dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik dan akurasi yang tinggi (Tjiptono, 2012).	teliti dalam setiap transaksi.	
3.	<i>Responsiveness</i> (X <sub>3</sub> )	Daya tanggap ( <i>responsiveness</i> ) adalah “suatu kemampuan untuk membantu untuk memberikan pelayanan yang cepat ( <i>responsive</i> ) dan tepat kepada nasabah, dengan penyampaian informasi yang jelas (Lupiyoadi, 2001).	1. Cara karyawan menyambut nasabah. 2. Pertolongan karyawan terhadap kesulitan nasabah. Karyawan menanggapi permintaan nasabah dengan cepat.	Skala Likert 1-5
4.	<i>Assurance</i> (X <sub>4</sub> )	Jaminan ( <i>assurance</i> ) merupakan mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya resiko atau keraguan (Tjiptono, 2006).	1. Bank syariah menjamin keamanan nasabah dalam bertransaksi. 2. Memberikan perhatian sepenuhnya kepada nasabah saat melakukan transaksi.	Skala Likert 1-5
5.	<i>Empathy</i> (X <sub>5</sub> )	Empati ( <i>empathy</i> ) adalah memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individu atau pribadi yang diberikan kepada para nasabah dengan	1. Kepekaan karyawan untuk mengetahui minat nasabah. 2. Karyawan mengucapkan	Skala Likert 1-5

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
		<p>berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang nasabah, memahami kebutuhan para nasabah secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi nasabah (Lupiyoadi, 2001).</p>	<p>salam dan terima kasih diakhir layanan.</p>	
6.	Kepuasan Nasabah (Y)	<p>Kepuasan nasabah (<i>customer</i>) adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya Kotler dkk, (2000:52).</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan bank sangat baik dan memuaskan.</li> <li>2. Saya sangat senang dengan para karyawan bank karena sangat ramah dan cepat dalam melayani.</li> <li>3. Fasilitas yang ada di BSI sangat lengkap sehingga nasabah akan menggunakan jasa bank Kembali.</li> <li>4. Nasabah bersedia merekomendasikan BSI kepada teman atau kerabat untuk membuka rekening.</li> </ol>	Skala Likert 1-5

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
.			5. Nasabah akan menjadikan BSI sebagai pilihan utama bila ingin menggunakan jasa perbankan.	

Sumber: data diolah, 2022

### 3.6 Skala Pengukuran

Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang suatu objek atau fenomena tertentu. Skala likert memiliki dua bentuk pernyataan, yaitu pernyataan positif dan negatif. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dengan Skala Likert maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan Sugiyono (2013:93).

Jenis kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner tertutup yaitu pilihan jawaban sudah disediakan oleh peneliti kemudian responden hanya tinggal memilih. (Suliyanto, 2009).

Skala Likert yang dikemukakan oleh Sugiyono, sebagai berikut:

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

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

Adapun, pernyataan-pernyataan untuk kuesioner atau angket berdasarkan variabel dan indikator di atas adalah sebagai berikut. Variabel variabel tersebut (bukti fisik (*tangible*) empati (*empathy*), daya tanggap (*responsiveness*), keandalan (*reliability*), jaminan (*assurance*)) diukur dengan menggunakan skala likert 1 sampai dengan 5 responden diminta untuk memberikan konfirmasi atas pernyataan-pernyataan yang diberikan dalam skala 1 untuk jawaban “Sangat Tidak Setuju”, 2 untuk “Tidak Setuju”, 3 untuk “Ragu-Ragu”, 4 untuk “Setuju” dan 5 untuk “Sangat Setuju”.

### 3.7 Uji Instrumen Penelitian

#### 3.7.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2011).

Uji validitas dapat dihitung dengan melakukan perbandingan antara nilai  $r$  hitung dengan nilai  $r$  tabel. Apabila  $r$  hitung lebih besar

dari  $r$  tabel dan memiliki nilai  $r$  positif, maka pertanyaan yang diuji dikatakan valid. Kriteria dalam penilaian uji validitas yang digunakan tersebut yaitu:

- Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel maka pertanyaan tersebut valid
- Jika  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel maka pertanyaan tersebut tidak valid

### 3.7.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah tingkat kestabilan suatu alat pengukur dalam mengukur suatu gejala/kejadian. Semakin tinggi reliabilitas suatu alat pengukur, semakin stabil pula alat pengukur tersebut (Ghozali, 2011). Dalam mengukur reliabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji *Cronbach Alpha*.

Kriteria penilaian uji reliabilitas yang digunakan tersebut yaitu:

- Jika hasil koefisien alpha lebih besar dari 0,60 maka kuesioner tersebut dinyatakan reliabel.
- Jika hasil koefisien alpha lebih kecil dari 0,60 maka kuesioner tersebut dinyatakan tidak reliabel.

## 3.8 Teknik Analisis Data

### 3.8.1 Uji Asumsi Klasik

#### 3.8.1.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Model regresi yang baik memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Jika data menyebar disekitar garis diagonalnya dan mengikuti arah garis diagonalnya/grafik histogram maka menunjukkan pola distribusi normal. Apabila data jauh dari



garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonalnya/grafik histogram maka menunjukkan pola distribusi tidak normal (Ghozali, 2012).

### **3.8.1.2 Uji Multikolinearitas**

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel independen dan tidak orthogonal atau nilai korelasi antarsesama variabel independen sama dengan nol. Dapat juga dilihat dari nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF), nilai *Tolerance* yang besarnya di atas 0,1 dan nilai VIF di bawah 10 menunjukkan bahwa tidak ada multikolinearitas pada variabel independennya (Ghozali, 2012).

### **3.8.1.3 Uji Heteroskedastisitas**

Uji Heteroskedastisitas adalah varian residual yang tidak sama pada semua pengamatan di dalam model regresi. Pengujian heteroskedastisitas menggunakan metode grafik (melihat pola titik-titik pada grafik regresi).

Dasar kriteria dalam pengambilan keputusan yaitu:

- Jika pola tertentu seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka terjadi heteroskedastisitas.
- Jika tidak ada pola yang jelas, seperti titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Duwi, 2014).

### 3.9 Pengujian Hipotesis

Hipotesis adalah suatu perumusan sementara mengenai suatu hal yang dibuat untuk menjelaskan hal itu dan juga dapat menuntun/mengarahkan penyelidikan selanjutnya (Umar, 2009). Uji hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini ada tiga, yaitu uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) dan uji t (parsial), uji f (simultan).

#### 3.9.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda dengan tujuan untuk memprediksi besar variabel dependen dengan menggunakan data variabel independen yang sudah diketahui besarnya Santoso (2004:163). Variabel independen terdiri dari *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*. Sedangkan variabel dependennya adalah kepuasan nasabah. Rumus regresi berganda yang digunakan adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Keterangan:

Y : Kepuasan Nasabah

a : Konstanta

$b_1$  : Koefisien regresi variabel *Tangible*

$b_2$  : Koefisien regresi variabel *Empathy*

$b_3$  : Koefisien regresi variabel *Responsiveness*

$b_4$  : Koefisien regresi variabel *Reliability*

$b_5$  : Koefisien regresi variabel *Assurance*

$X_1$  : *Tangible*

$X_2$  : *Empathy*

$X_3$  : *Responsiveness*

$X_4$  : *Reliability*

$X_5$  : *Assurance*

e : Standar Error

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

Untuk mengetahui arah dan kekuatan hubungan antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) digunakan koefisien determinasi (R). Besarnya koefisien determinasi adalah: 0 sampai dengan 1. Jika koefisien determinasi 0 berarti hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat tidak ada hubungan. Apabila koefisien determinasi semakin mendekati 1 maka hubungan tersebut positif dan kuat. Koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengetahui tingkat yang paling baik antara dua variabel atau digunakan untuk mengukur besarnya kontribusi (*share*) dari variabel X terhadap variasi naik turunnya variabel Y yang biasanya dinyatakan dalam persentase (Ghozali, 2012).

### 3.9.3 Uji t

Uji t dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel *independen* secara individual dalam menerangkan variabel *dependen*. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan signifikan level 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ) (Imam, 2006). Dalam melakukan uji t, digunakan penyusunan hipotesis yang akan diuji, berupa hipotesis nol ( $H_0$ ) dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ):

$H_0$ : variabel bebas (*independen*) secara individu tidak berpengaruh terhadap variabel terikat (*dependen*).

$H_a$ : variabel bebas (*independen*) secara individu berpengaruh terhadap variabel terikat (*dependen*).

Dasar pengambilan keputusan Santoso (2004:168) yaitu:

1. Jika nilai (signifikan)  $>0,05$  maka  $H_0$  diterima (koefisien regresi tidak signifikan) dan  $H_a$  ditolak. Hal ini berarti secara parsial variabel bebas tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.
2. Jika nilai (signifikan)  $<0,05$  maka  $H_0$  ditolak (koefisien regresi signifikan) dan  $H_a$  diterima. Hal ini berarti secara parsial variabel bebas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.

#### 3.9.4 Uji F

Uji F pada dasarnya dilakukan untuk mengetahui signifikan hubungan antara semua variabel independen dan variabel dependen, apakah variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh bersama-sama terhadap variabel independen. Dalam penelitian ini pengujian hipotesis secara simultan dimaksudkan untuk mengukur besarnya pengaruh kelima variabel kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah sebagai variabel dependen. Uji F dapat dilakukan dengan membandingkan nilai F hitung terhadap nilai F tabel dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
- b. Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

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

Indonesia sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia, memiliki potensi untuk menjadi yang terdepan dalam industri keuangan Syariah. Meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap *halal matter* serta dukungan *stakeholder* yang kuat, merupakan faktor penting dalam pengembangan ekosistem industri halal di Indonesia. Termasuk di dalamnya adalah Bank Syariah.

Bank Syariah memainkan peranan penting sebagai fasilitator pada seluruh aktivitas ekonomi dalam ekosistem industri halal. Keberadaan industri perbankan Syariah di Indonesia sendiri telah mengalami peningkatan dan pengembangan yang signifikan dalam kurun tiga dekade ini. Inovasi produk, peningkatan layanan, serta pengembangan jaringan menunjukkan trend yang positif dari tahun ke tahun. Bahkan, semangat untuk melakukan percepatan juga tercermin dari banyaknya Bank Syariah yang melakukan aksi korporasi. Tidak terkecuali dengan Bank Syariah yang dimiliki Bank BUMN, yaitu Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah.

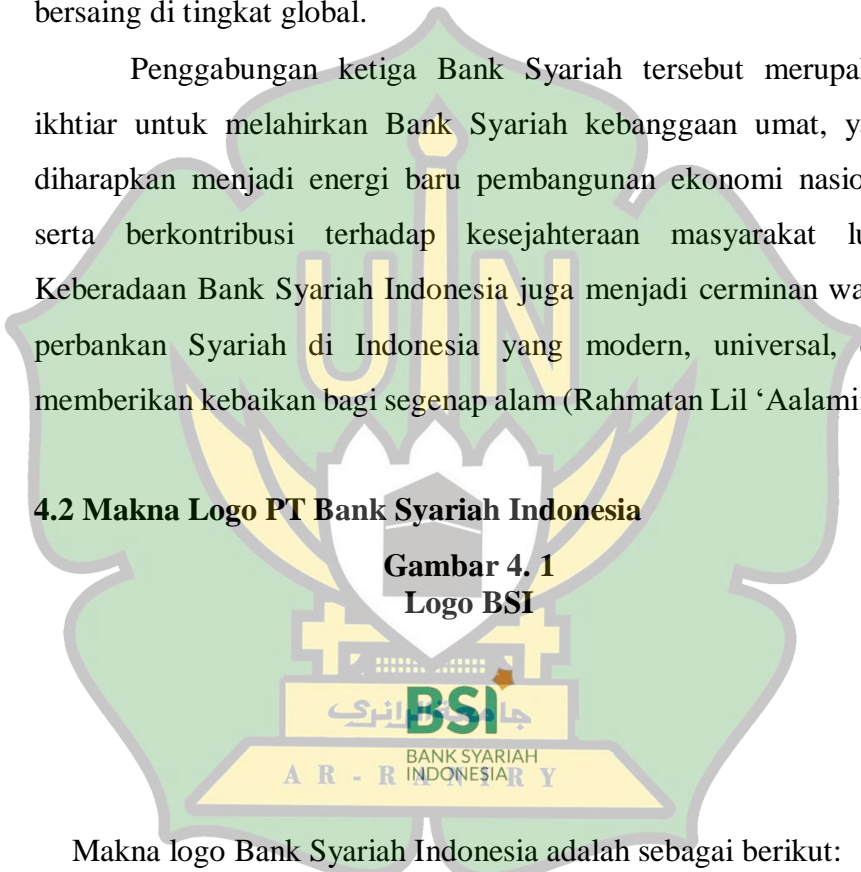
Pada 1 Februari 2021 yang bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 H menjadi penanda sejarah bergabungnya Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah menjadi satu entitas yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI). Penggabungan ini akan menyatukan kelebihan dari ketiga Bank Syariah sehingga menghadirkan layanan

yang lebih lengkap, jangkauan lebih luas, serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik. Didukung sinergi dengan perusahaan induk (Mandiri, BNI, BRI) serta komitmen pemerintah melalui Kementerian BUMN, Bank Syariah Indonesia didorong untuk dapat bersaing di tingkat global.

Penggabungan ketiga Bank Syariah tersebut merupakan ikhtiar untuk melahirkan Bank Syariah kebanggaan umat, yang diharapkan menjadi energi baru pembangunan ekonomi nasional serta berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat luas. Keberadaan Bank Syariah Indonesia juga menjadi cerminan wajah perbankan Syariah di Indonesia yang modern, universal, dan memberikan kebaikan bagi segenap alam (Rahmatan Lil ‘Aalamiin).

#### **4.2 Makna Logo PT Bank Syariah Indonesia**

**Gambar 4. 1**  
**Logo BSI**



Makna logo Bank Syariah Indonesia adalah sebagai berikut:

Memiliki gambar bintang bersudut 5 yang memiliki arti mempresentasikan 5 pancasila dan 5 rukun islam.

### **4.3 Visi dan Misi PT. Bank Syariah Indonesia**

#### **a. Visi**

#### **“TOP 10 ISLAMIC BANK”**

Menciptakan Bank Syariah yang masuk kedalam 10 besar menurut kapitalisasi pasar secara global dalam waktu 5 tahun ke depan.

#### **b. Misi**

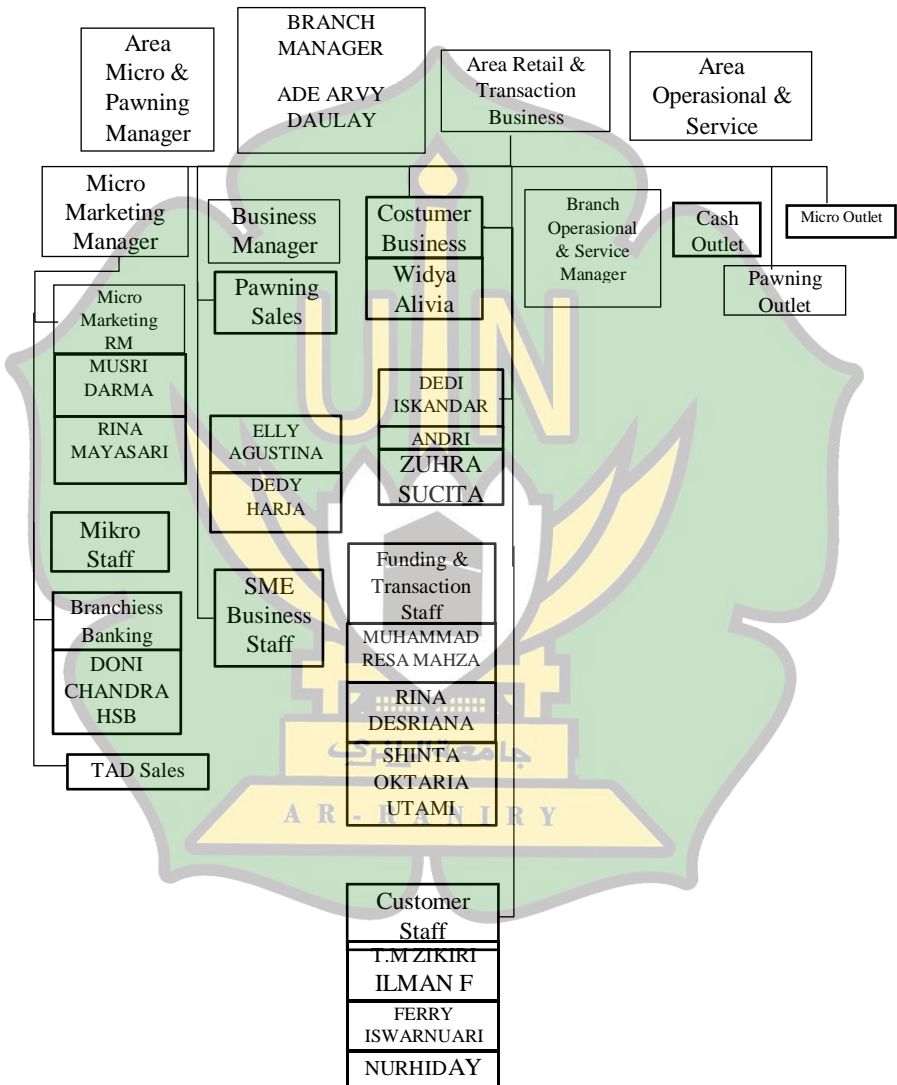
1. Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia.
2. Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham.
3. Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia.

### **4.4 Struktur Organisasi PT. Bank Syariah KC Ahmad Dahlan Banda Aceh**

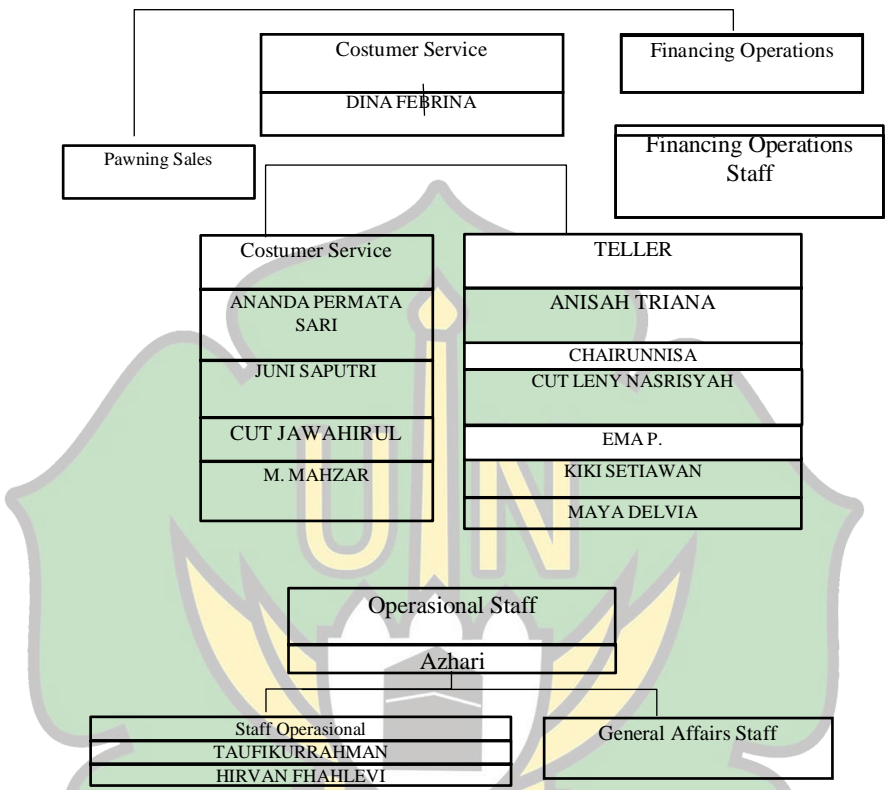
Struktur organisasi adalah suatu susunan dan hubungan antar tiap bagian serta posisi yang ada pada suatu organisasi atau perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasional untuk mencapai tujuan. Dimana untuk setiap posisi tersebut memiliki tanggung jawab dan tugas masing-masing yang saling berkesinambungan. Adapun struktur organisasi pada BSI KC Ahmad Dahlan Banda Aceh (eks BNI) yaitu sebagai berikut:



**Gambar 4.2**  
**Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang**  
**Ahmad Dahlan Banda Aceh**



**Gambar 4.2 - Lanjutan**



Sumber: BSI Kantor Cabang Ahmad Dahlan Banda Aceh

Keterangan:

Berdasarkan struktur organisasi tersebut akan diuraikan pembagian tugas dan tanggungjawab para tenaga kerja pada PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Ahmad Dahlan Banda Aceh berdasarkan posisinya yaitu sebagai berikut.

*a. Branch Manager*

Posisi ini bertanggung jawab untuk memimpin, mengelola, mengawasi atau mengendalikan, mengembangkan kegiatan dan mendayagunakan sarana organisasi cabang untuk mencapai tingkat

serta volume aktivitas pemasaran, operasional dan layanan cabang yang efektif dan efisien sesuai dengan target yang telah ditetapkan.

Adapun tugas pokok dari *Branch Manager* adalah:

1. Mengkoordinasikan dan menetapkan rencana kerja tahunan cabang agar selaras dengan visi, misi dan strategi Bank Syariah Indonesia.
2. Mengendalikan dan mengevaluasikan pelaksanaan rencana kerja cabang untuk memastikan tercapainya target cabang yang telah ditetapkan secara tepat waktu.
3. Memastikan kesesuaian anggaran dengan RKAP tahunan berjalan.
4. Memastikan penggunaan jasa pihak ketiga.
5. Menetapkan kebutuhan dan strategi pengembangan Sumber Daya Insani (SDI) sesuai dengan strategi Bank.
6. Melakukan analisa SWOT terhadap kondisi cabang setiap bulan dalam rangka menetapkan posisi cabang terhadap pesaing di wilayah kerja setempat.

*b. Branch Operasional & Service Manager*

Tugas pokok dari *Branch Operasional & Service Manager* adalah:

1. Memastikan transaksi harian operasional telah sesuai dengan ketentuan dan SOP yang telah ditetapkan.
2. Memastikan pelaksanaan seluruh kegiatan administrasi dokumentasi dan kearsipan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
3. Memastikan ketersediaan likuiditas yang memadai.

c. *Customer Service*

Posisi ini membantu terselenggaranya pemasaran produk dan jasa Bank Syariah Indonesia kepada masyarakat, pembukaan, pemeliharaan dan penutupan rekening dengan layanan yang sesuai *standart service* BSI kepada nasabah maupun investor.

Adapun tugas-tugasnya sebagai berikut:

1. Melaksanakan kegiatan operasional sesuai SOP yang ditetapkan.
2. Memberikan penjelasan kepada nasabah maupun calon nasabah atau investor mengenai produk BSI.
3. Melayani pembukaan dan penutupan rekening giro, tabungan dan deposito sesuai permohonan investor atau peraturan BI.
4. Melayani permintaan nasabah untuk melakukan pemblokiran, informasi saldo, laporan kehilangan, mutasi rekening, standing order atau instruksi pembayaran berjangka panjang.
5. Mengajukan nasabah maupun calon nasabah potensial untuk memanfaatkan fasilitas perbankan langsung/elektronik (ATM, *Mobile Banking*, *Phone Banking*, dan *Internet Banking*).
6. Mengadministrasikan, mengkodekan dan menginput data buku cek.
7. Menerima dan membantu melayani keluhan nasabah.

d. *Teller*

Tugas pokok dari seorang *teller* sebagai berikut:

1. Melakukan transaksi tunai *non* tunai sesuai dengan ketentuan yang

2. berlaku mengelola saldo kas teller sesuai dengan limit yang ditentukan.
  3. Mengelola uang yang layak dan tidak layak edar/uang palsu.
- e. Tugas pokok dari *Back Officer* sebagai berikut:

1. Memberikan laporan data transaksi yang lengkap dengan menggunakan komputer lewat software khusus.
2. Melakukan pengecekan dan memastikan transaksi yang dilakukan oleh teller sudah benar, serta membuat pembukuan perusahaan dari harian sampai tahunan.
3. Memiliki tanggung jawab untuk melaksanakan pengecekan stok barang yang sudah hampir habis.
4. Melakukan pemindahan dokumen sesuai dengan jenisnya.

f. *Consumer Business Relationship Manager*

Tugas dari *consumer business relationship manager* sebagai berikut:

1. Meningkatkan pertumbuhan portofolio pendanaan, pembiayaan dan *feebased income* pada segmen *consumer*.
2. Memastikan tersedianya data dan membuat rencana kerja berdasarkan data calon nasabah dan potensi dasar.
3. Melaksanakan Kerjasama dengan pihak ketiga seperti *developer* perusahaan.

g. *Micro Banking Manager*

Tugas pokoknya sebagai berikut:

1. Memastikan tercapainya target bisnis yaitu pembiayaan, pendanaan dan *fee based*.

2. Memastikan kualitas aktiva produktif dalam kondisi *performing financing*, dan *maintenance* terhadap seluruh nasabah segmen mikro.
3. Memastikan pelaksanaan penagihan, restrukturisasi dan *recovery* nasabah kol 1 sampai dengan *write off* sesuai dengan target yang ditetapkan.

*h. Funding & Transaction*

Tugas-tugasnya sebagai berikut:

1. Melakukan aktivitas sales seperti presentasi, canasing, dan menjelaskan produk, biaya serta program guna mencapai target pencarian.
2. Mengumpulkan aplikasi pembukaan rekening nasabah sesuai dengan ketentuan dan SLA.
3. *Maintenance* nasabah pendanaan untuk top up saldo.

*i. Risk*

Tugas pokok dari Risk sebagai berikut:

1. Melakukan verifikasi usaha, kelayakan usaha dan penilaian agunan.
2. Melakukan kunjungan ke lokasi usaha nasabah dan agunan.
3. Melakukan penilaian agunan sesuai dengan ketentuan yang telah berlaku dengan melengkapi form penilaian agunan.

*j. Micro Financing Sales*

Tugas dari *micro financing sales* sebagai berikut:

1. Melakukan pencapaian penjualan sesuai target bisnis yang ditentukan.

2. Mengoptimalkan upaya dan menjual produk outlet micro kepada calon nasabah mikro.
3. Memastikan adanya pengajuan BI checking untuk verifikasi profil calon nasabah.

k. *Sales Force*

Tugas-tugas dari sales force sebagai berikut.

1. Membuat daftar pelanggan prospek sesuai dengan segmentasi bank yaitu pembiayaan pensiun.
2. Melakukan proses penjualan sesuai dengan daftar target yang sudah ditemukan dan disepakati bersama.
3. Membuat aktivitas sales harian sesuai dengan format laporan yang telah disepakati.

l. *Office Boy*

Tugas-tugas dari office boy sebagai berikut:

1. Membersihkan banking hall
2. Membersihkan *pantry*
3. Menjaga kebersihan lingkungan kantor.

m. *Security*

Tugas-tugas dari security sebagai berikut:

1. Menjaga keamanan kantor dan lingkungan kantor.
2. Menyambut nasabah dan membantu pelayanan nasabah dibanking hall.
3. mengatur area parker.

n. *Driver*

Tugas-tugas dari driver sebagai berikut:



1. Mengantar jemput pegawai ke tempat-tempat tertentu untuk kepentingan dinas.
2. Mengantar/mengambil surat-surat dokumen penting perusahaan.
3. Menjaga kebersihan mobil luar dan sekaligus bertanggung jawab terhadap kelengkapan P3K di mobil.

#### **4.5 Produk dan Jasa Bank Syariah Indonesia**

##### **a. Pendanaan**

- 1) BSI Tabungan *Easy Wadiah*
- 2) BSI Tabungan *Easy Mudharabah*
- 3) BSI Tabungan Bisnis
- 4) BSI Tabungan Haji
- 5) BSI Tabungan *Payroll*
- 6) BSI Tabungan *Junior*
- 7) BSI Tabungan Pendidikan
- 8) BSI Tabungan Berencana
- 9) BSI Tabungan Mahasiswa
- 10) BSI Tabungan Pensiun
- 11) BSI Tabungan Simpel
- 12) BSI TabunganKu
- 13) BSI Giro
- 14) BSI Deposito

##### **b. Pembiayaan**

- 1) Modal Kerja

- 
- 2) Investasi
  - 3) Konsumer
- c. Jasa
- 1) BSI Debit
  - 2) BSI Sentra Bayar
  - 3) BSI *Mobile*
  - 4) BSI *Internet Banking*
  - 5) BSI *Electronic Payroll*
  - 6) BSI *L/C*
  - 7) Jual Beli Valuta Asing
  - 8) Bank Garansi
  - 9) *Western Union*
- d. Jasa Operasional
- 1) Transfer
  - 2) *Intercity Clearing*
  - 3) BSI RTGS (*Real Time Gross Settlement*)
  - 4)

#### **4.6 Karakteristik Responden**

Karakteristik responden yang diperoleh dari hasil pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah kuesioner yang disebarkan kepada nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Ahmad Dahlan Banda Aceh sebanyak 100 orang yaitu sebagai berikut:

### a. Jenis Kelamin

Adapun data mengenai jenis kelamin nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Ahmad Dahlan Banda Aceh yaitu sebagai berikut:

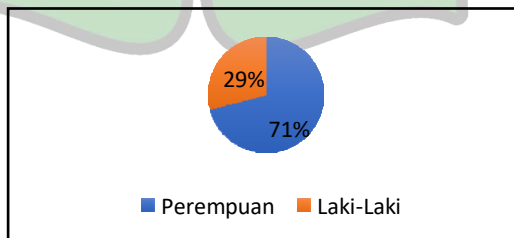
**Tabel 4. 1**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Jumlah
1.	Perempuan	71
2.	Laki-Laki	29
	<b>Total</b>	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.1 diatas dapat diketahui tentang jenis kelamin responden nasabah Bank Syariah Indonesia yang menunjukkan, umlah responden laki-laki lebih sedikit yaitu 29 orang sedangkan sisanya adalah responden perempuan yaitu sebanyak 71 orang. Hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Ahmad Dahlan Banda Aceh yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah perempuan.

**Gambar 4. 3**  
**Diagram Jenis Kelamin Responden**



Berdasarkan jenis kelamin pada gambar 4.3, dapat disimpulkan bahwa yang banyak menjadi responden penelitian adalah Wanita sebesar 71% dan sisanya laki-laki sebanyak 29%.

**b. Usia**

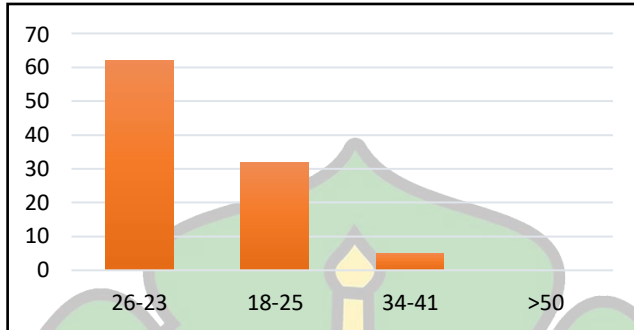
**Tabel 4.2**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

No.	Usia	Jumlah
1.	18-25	32
2.	26-33	62
3.	34-41	5
4.	>50	1
	<b>Total</b>	100

Sumber: data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan keterangan tabel 4.2 diatas, dapat diketahui bahwa jumlah responden yang berusia 18-25 tahun sebanyak 32 orang, kemudian untuk responden yang berusia 26-33 tahun berjumlah 62 orang, untuk responden yang berusia 34-41 tahun berjumlah 5 orang, sedangkan untuk responden yang berusia 50 tahun keatas hanya berjumlah 1 orang. Hal tersebut menunjukkan bahwa usia responden dalam penelitian ini lebih di dominasi oleh usia 26-33 tahun. Adapun gambaran responden berdasarkan umur ditampilkan pada gambar 4.4.

**Gambar 4.4**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**



Sumber: Data primer diolah (2022)

Berdasarkan usia responden pada gambar 4.6, terlihat bahwa responden yang mendominasi adalah responden berusia 26-33 tahun sebesar 62%, sedangkan sisanya yang paling sedikit adalah yang berusia >50 tahun sebesar 1%.

**c. Pendidikan Terakhir**

Data mengenai pendidikan terakhir responden dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.3**

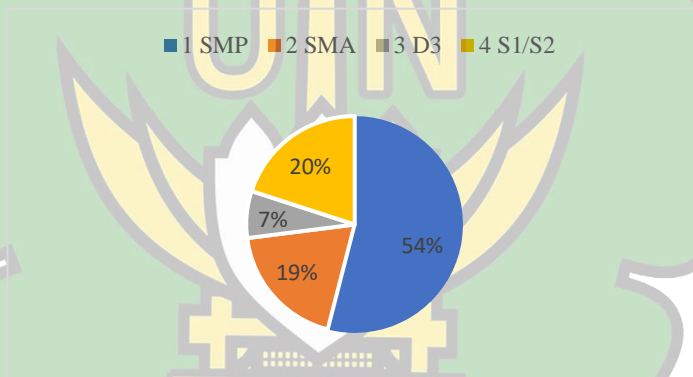
**Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir**

No.	Pendidikan Terakhir	Jumlah
1.	SMP	54
2.	SMA	19
3.	D3	7
4.	S1/S2	20
	<b>Total</b>	100

sumber: data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan keterangan tabel 4.3 diatas, dapat diketahui responden dalam penelitian ini yang memiliki pendidikan terakhir SMP yaitu 54 orang, kemudian SMA sebanyak 19 orang, untuk D3 sebanyak 7 orang, dan S1/S2 sebanyak 20 orang. Hal tersebut menunjukkan bahwa Sebagian besar responden dalam penelitian ini lebih didominasi memiliki Riwayat pendidikan terakhir SMP. Persentase besaran responden berdasarkan pendidikan terakhir dapat dilihat pada gambar 4.5 di bawah ini:

**Gambar 4.5**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir**



Berdasarkan gambar 4.5, mayoritas nasabah yang menjadi responden adalah berpendidikan terakhir SMP dengan persentase sebesar 54%, sedangkan yang berpendidikan terakhir D3 sebesar 7%.

#### d. Pekerjaan

**Tabel 4.4**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

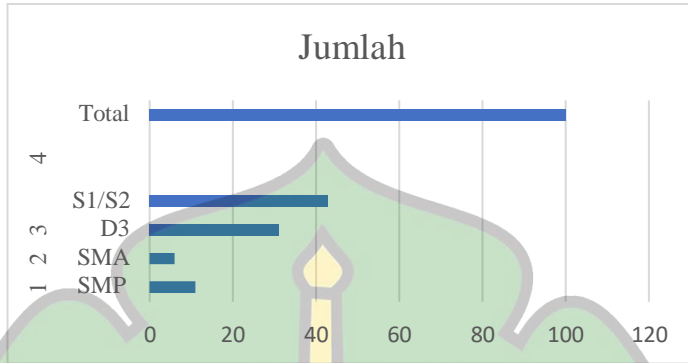
No.	Pekerjaan	Jumlah
1.	Pelajar/Mahasiswa	11
2.	PNS	6
3.	Pegawai Swasta	31
4.	Wiraswasta	43
5.	Ibu Rumah Tangga	5
6.	Lainnya	4
	<b>Total</b>	100

sumber: data primer diolah, 2022

Berdasarkan keterangan tabel 4.4 diatas dapat diketahui bahwa pekerjaan responden dalam penelitian ini yang bekerja sebagai Pelajar/Mahasiswa yaitu sebanyak 11 orang, PNS berjumlah 6 orang, Kemudian Pegawai Swasta sebanyak 31 orang, Wiraswasta sebanyak 43 orang, Ibu Rumah Tangga sebanyak 5 orang, dan Lainnya sebanyak 4 orang. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini lebih banyak Wiraswasta. Untuk lebih jelasnya, pada gambar 4.6 peneliti merangkum karakteristik responden berdasarkan pekerjaan.



**Gambar 4.6**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**



Sumber: data diolah 2022

Berdasarkan gambar 4.6 terlihat bahwa yang menjadi responden dalam penelitian ini didominasi oleh responden wiraswasta sebesar 43%. Sedangkan yang paling sedikit menjadi responden adalah pegawai swasta sebesar 31%, pelajar/mahasiswa 11%, PNS 6%, Ibu Rumah tangga 5%, dan lainnya sebesar 4%.

#### **4.7 Uji Instrumen Penelitian**

##### **4.7.1 Hasil Uji Validitas**

Pada dasarnya uji validitas digunakan untuk melihat kesamaan antara yang terkumpul dengan data yang sebenarnya terjadi dalam objek penelitian, sehingga data yang diperoleh benar-benar valid. Uji Validitas dapat dihitung dengan melakukan perbandingan antara nilai  $r$  hitung dengan nilai  $r$  tabel. Kriteria penilaian uji validitas yang digunakan tersebut yaitu:

- a. jika  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel, maka komponen kuesioner dinyatakan valid.

- b. jika  $r$  hitung lebih kecil dari  $r$  tabel, maka komponen kuesioner dinyatakan tidak valid.

**Tabel 4.5**  
**Hasil Uji Validitas**

Variabel	Item Pernyataan	<i>Corrected Item-Total Correlation</i> (R hitung)	R tabel	Keterangan
Bukti Fisik ( <i>Tangible</i> ) (X1)	A1	0,262	0,1946	Valid
	A2	0,803	0,1946	Valid
	A3	0,803	0,1946	Valid
Empati ( <i>Empathy</i> ) (X2)	B1	0,528	0,1946	Valid
	B2	0,553	0,1946	Valid
	B3	0,363	0,1946	Valid
Daya Tanggap ( <i>Responsiveness</i> ) (X3)	C1	0,453	0,1946	Valid
	C2	0,636	0,1946	Valid
	C3	0,546	0,1946	Valid
Keandalan ( <i>Reliability</i> ) (X4)	D1	0,646	0,1946	Valid
	D2	0,686	0,1946	Valid
	D3	0,746	0,1946	Valid
Jaminan ( <i>Assurance</i> ) (X5)	E1	0,847	0,1946	Valid
	E2	0,851	0,1946	Valid
	E3	0,776	0,1946	Valid
Kepuasan Nasabah (Y)	F1	0,726	0,1946	Valid
	F2	0,785	0,1946	Valid
	F3	0,875	0,1946	Valid
	F4	0,857	0,1946	Valid
	F5	0,411	0,1946	Valid

Sumber: data diolah, 2022

Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS versi 26 untuk mengolah data dari jawaban kuesioner yang telah disebarakan kepada responden. Berdasarkan Tabel 4.5 di atas dapat diketahui bahwa setiap pertanyaan dalam instrumen yang digunakan dinyatakan *valid*. Hal ini dapat diketahui dengan membandingkan setiap nilai  $r$  hitung dengan  $r$  tabel, dan hasilnya menunjukkan bahwa nilai  $r$  hitung setiap komponen pertanyaan lebih besar dari pada  $r$  tabelnya (0,1946).

#### 4.7.2 Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana kuesioner yang digunakan dapat memperlihatkan kestabilan dari hasil penelitian berikutnya dengan kondisi yang tetap.

Dalam mengukur reliabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji statistik Cronbach Alpha dengan kriteria penilaian uji reliabilitas yang digunakan yaitu:

- a. Jika hasil koefisien alpha lebih besar dari 0,60 maka kuesioner tersebut dinyatakan reliabel.
- b. Jika hasil koefisien alpha lebih kecil dari 0,60 maka kuesioner tersebut dinyatakan tidak reliabel.

**Tabel 4. 6**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Jumlah Item	Cronbach's Alpha	Keterangan
Tangible	3	0,621	Reliabel
Empathy	3	0,661	Reliabel
Responsiveness	3	0,720	Reliabel

Reliability	3	0,830	Reliabel
Assurance	3	0,909	Reliabel
Kepuasan Nasabah	5	0,881	Reliabel

Sumber: data primer diolah, 2022

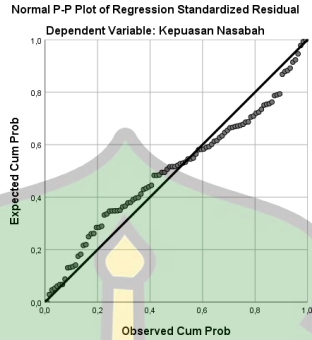
Uji reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan bantuan SPSS versi 26. Berdasarkan tabel 4.6 diatas dapat diketahui bahwa setiap pertanyaan dalam instrumen yang digunakan dinyatakan *reliabel*. Hal ini dapat diketahui dengan membandingkan setiap angka nilai *Cronbach's Alpha* dan hasilnya menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* setiap komponen pertanyaan lebih besar dari 0,60.

#### **4.8 Uji Asumsi Klasik**

##### **4.8.1 Hasil Uji Normalitas**

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah suatu model regresi dari variabel independen atau keduanya memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang terdistribusi secara normal. Uji normalitas residual dengan metode grafik yaitu dengan melihat penyebaran data pada sumber diagonal pada grafik *Normal P-P Plot of regression standardized residual*, jika titik-titik menyebar sekitar garis dan mengikuti garis diagonal maka nilai residual tersebut telah normal.

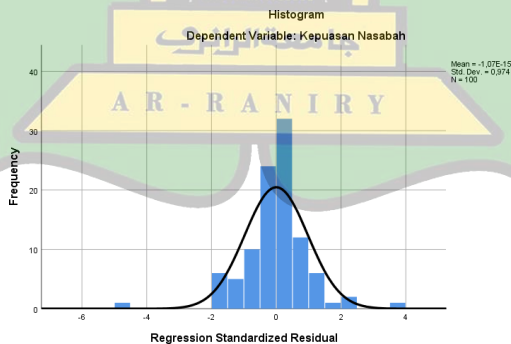
**Gambar 4.7**  
**Kurva Normal Probability P-Plot**



Sumber: data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan gambar 4.7 tersebut, dapat dilihat bahwa grafik normal P-Plot menunjukkan jika sebaran data berada pada posisi di sekitar daerah garis lurus dan mengikuti garis diagonal yang membentuk garis miring dari arah kiri ke kanan atas yang menunjukkan bahwa data berdistribusi normal.

**Gambar 4.8**  
**Grafik Histogram**



Sumber: data primer yang diolah, 2022

Dari gambar 4.8 dapat disimpulkan bahwa distribusi data membentuk lonceng (*bell shaped*), tidak condong ke kiri atau ke kanan sehingga data berdistribusi normal.

#### 4.8.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah terdapat ketidaksamaan variance dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lainnya dalam suatu model regresi (Ghozali, 2011). Uji heteroskedastisitas dilakukan menggunakan uji Glejser dengan cara meregresikan antara variabel independen dan nilai absolut residualnya dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Jika nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolut residualnya lebih besar dari 0,05, maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.
- b. Jika nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolut residualnya lebih kecil dari 0,05, maka terjadi masalah heteroskedastisitas.

**Tabel 4. 7**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	4,238	1,401		3,024	,003
	Tangible	-,022	,110	-,027	-,198	,843
	Empathy	-,112	,106	-,164	-1,062	,291
	responsiveness	,071	,095	,104	,748	,456

	Reliability	-.098	.091	-.147	-1,074	,285
	Assurance	-.084	.080	-.147	-1,058	,293
a. Dependent Variable: Abs_Res						

Sumber: data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.7 dapat dilihat bahwa nilai (Sig). *tangible* sebesar 0,843, *empathy* 0,291, *responsiveness* 0,456, *reliability* 0,285, dan nilai (Sig). variabel *assurance* adalah 0,293. Untuk melihat terjadinya heteroskedastisitas atau tidak, maka nilai (Sig). harus dibandingkan dengan 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas, karena nilai (Sig). variabel *tangible*, *empathy*, *responsiveness*, *reliability*, dan *assurance* lebih besar dari 0,05.

#### 4.8.3 Hasil Uji Multikolinearitas

**Tabel 4. 8**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Tolerance	VIF	Keterangan
<i>Tangible</i>	.513	1.950	Tidak Terjadi Multikolinearitas
<i>Empathy</i>	.401	2.492	Tidak Terjadi Multikolinearitas
<i>Responsiveness</i>	.500	2.000	Tidak Terjadi Multikolinearitas
<i>Reliability</i>	.508	1.968	Tidak Terjadi Multikolinearitas
<i>Assurance</i>	.498	2.007	Tidak Terjadi Multikolinearitas

Sumber: data primer yang diolah, 2022



Berdasarkan tabel 4.8 disimpulkan bahwa tidak terjadinya multikolinieritas, hal ini di karena nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1 dan nilai *Variance Inflasi Factor* (VIF) tidak lebih dari 10.

## 4.9 Pengujian Hipotesis

### 4.9.1 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Berdasarkan output dari pengolahan data dengan menggunakan bantuan SPSS versi 26 secara parsial pengaruh dari lima variabel independen yang meliputi *tangible*, *empathy*, *responsiveness*, *reliability*, dan *assurance*, terhadap kepuasan nasabah dapat dilihat pada tabel 4.9 dibawah ini:

**Tabel 4. 9**  
**Hasil Analisis Regresi Linier**

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,069	2,023		1,023	,309
	Tangible	,422	,159	,224	2,648	,009
	Empathy	,626	,153	,392	4,100	,000
	Responsiveness	-,213	,137	-,134	-1,561	,122
	Reliability	,279	,131	,180	2,123	,036
	Assurance	,405	,115	,302	3,519	,001

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: data primer diolah (2022)

Berdasarkan tabel 4.9 diatas, dapat dirumuskan persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

$$Y = 2,069 + 0,422 X_1 + 0,626 X_2 - 0,213 X_3 + 0,279 X_4 + 0,405 X_5 + e$$

Berdasarkan pada model persamaan regresi diatas, maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta sebesar 2,069 menunjukkan jika semua variabel *tangible*, *empathy*, *responsiveness*, *reliability*, dan *assurance* dianggap tetap maka nilai kepuasan nasabah yang dilambangkan Y adalah sebesar 2,069 persen.
- b. Nilai koefisien *tangible* ( $X_1$ ) 0,422 hal ini menunjukkan bahwa *tangible* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah sebesar 0,422 jika *tangible* meningkat sebesar satu persen maka nilai variabel kepuasan nasabah sebesar 0,422.
- c. Nilai koefisien *empathy* ( $X_2$ ) 0,626 hal ini menunjukkan bahwa *empathy* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah sebesar 0,626 jika *empathy* meningkat sebesar satu persen maka nilai variabel kepuasan nasabah sebesar 0,626.
- d. Nilai koefisien *responsiveness* ( $X_3$ ) -0,213 hal ini menunjukkan bahwa *responsiveness* berpengaruh negatif terhadap kepuasan nasabah dan jika variabel lainnya diabaikan atau dianggap tetap maka setiap kenaikan 1 persen *responsiveness*, kepuasan nasabah akan mengalami penurunan sebesar -0,213
- e. Nilai koefisien *reliability* ( $X_4$ ) 0,279 hal ini menunjukkan bahwa *reliability* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah, artinya jika *reliability* mengalami kenaikan 1 persen

maka kepuasan nasabah mengalami peningkatan sebesar 0,279.

- f. Nilai koefisien *assurance* ( $X_5$ ) 0,405 hal ini menunjukkan bahwa *assurance* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah, artinya jika *assurance* mengalami kenaikan 1 persen akan menyebabkan kepuasan nasabah mengalami peningkatan sebesar 0,405.

#### 4.9.2 Hasil Uji T (Parsial)

Uji t pada dasarnya digunakan untuk menguji kebermaknaan koefisien regresi secara parsial antara pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Pada tabel di bawah ini dapat dilihat hasil perhitungan Uji T sebagai berikut:

**Tabel 4. 10**  
**Hasil Uji t**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,069	2,023		1,023	,309
	Tangible	,422	,159	,224	2,648	,009
	Empathy	,626	,153	,392	4,100	,000
	Responsiveness	-,213	,137	-,134	-1,561	,122
	Reliability	,279	,131	,180	2,123	,036
	Assurance	,405	,115	,302	3,519	,001

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: data primer diolah, 2022

Dari tabel 4.10 di atas, dapat disimpulkan bahwa hanya empat variabel independen yaitu, *tangible*, *empathy*, *reliability*, *assurance* yang memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel (1,984). Sedangkan satu variabel independen lainnya (*responsiveness*) memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah yang dibuktikan dengan nilai t hitung lebih kecil dari t tabel. Adapun hasil pengujian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hasil pengujian pengaruh bukti fisik (*tangible*) ( $X_1$ ) terhadap kepuasan nasabah (Y) diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar 2,648. Hal tersebut menunjukkan bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,648 > 1,984$ ) maka terdapat pengaruh antara bukti fisik (*tangible*) ( $X_1$ ) terhadap kepuasan nasabah (Y) pada PT. BSI KC Ahmad Dahlan Banda Aceh. Jadi dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.
2. Hasil pengujian pengaruh empati (*empathy*) ( $X_2$ ) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar 4,100. Hal tersebut menunjukkan bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $4,100 > 1,948$ ) maka terdapat pengaruh antara empati (*empathy*) ( $X_2$ ) terhadap kepuasan nasabah (Y) pada PT. BSI KC Ahmad Dahlan Banda Aceh. Jadi dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima.
3. Hasil pengujian pengaruh daya tanggap (*responsiveness*) ( $X_3$ ) terhadap kepuasan nasabah (Y) diperoleh  $t_{hitung}$

sebesar -1,561. Hal tersebut menunjukkan bahwa  $t$  hitung  $< t$  tabel ( $-1,561 < 1,984$ ). Maka variabel daya tanggap (*responsiveness*) tidak berpengaruh secara parsial dan tidak signifikan. Jadi dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima dan  $H_3$  ditolak.

4. Hasil pengujian pengaruh keandalan (*reliability*) ( $X_4$ ) terhadap kepuasan nasabah (Y) diperoleh  $t$  hitung sebesar 2,123. Hal tersebut menunjukkan bahwa  $t$  hitung  $> t$  tabel ( $2,123 > 1,984$ ) maka terdapat pengaruh antara keandalan (*reliability*) ( $X_4$ ) terhadap kepuasan nasabah (Y) pada PT. BSI KC Ahmad Dahlan. Jadi dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_4$  diterima.
5. Hasil pengujian pengaruh jaminan (*assurance*) ( $X_5$ ) terhadap kepuasan nasabah (Y) diperoleh  $t$  hitung sebesar ( $3,519 > 1,984$ ) maka terdapat pengaruh antara jaminan (*assurance*) ( $X_5$ ) terhadap kepuasan nasabah (Y) pada PT. BSI KC Ahmad Dahlan Banda Aceh. Jadi dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_5$  diterima.

#### 4.9.3 Hasil Uji F (Simultan)

**Tabel 4. 11**  
**Hasil Uji f**

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	499,253	5	99,851	35,859	,000 <sup>b</sup>
	Residual	261,747	94	2,785		

Total	761,000	99			
-------	---------	----	--	--	--

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

b. Predictors: (Constant), Assurance, Reliability, Tangible, Responsiveness, Empathy

Sumber: data primer diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.11 diketahui bahwa nilai f hitung adalah 35,859. Sedangkan f tabel ditentukan dengan melihat *alpha* ( $\alpha$ ) 0,05. Penelitian ini menggunakan taraf signifikansi 0,05 sedangkan derajat kebebasan (db):

$$db_1 = m - 1 \quad (4.1)$$

$$db_2 = n - m$$

keterangan:

m = jumlah variabel

n = jumlah sampel

$$db_1 = 6 - 1 = 5$$

$$db_2 = 100 - 6 = 94$$

Berdasarkan derajat kebebasan dan signifikansi 0,05 maka nilai f tabel sebesar = 2,31. Hal ini menandakan f hitung > f tabel, maka  $H_0$  ditolak,  $H_a$  diterima, yaitu:

$H_a$  terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan (bersama-sama) antara variabel *tangible*, *empathy*, *responsiveness*, *reliability*, dan *assurance* terhadap kepuasan nasabah.

#### 4.9.4 Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

**Tabel 4. 12**  
**Hasil Pengujian Koefisien Determinasi**

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjust R Square	Std. Error of the Estimate
1	,810 <sup>a</sup>	,656	,638	1,66870

a. Predictor: (Constant), Assurance, Reliability, Tangible, Responsiveness, Empathy

sumber: data primer yang diolah, 2022

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa nilai *R Square* sebesar 0,656 atau 65,6%. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa besarnya pengaruh variabel *tangible*, *empathy*, *responsiveness*, *reliability*, dan *assurance* terhadap kepuasan nasabah adalah 65,6% sedangkan sisanya 34,4% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian.

#### 4.10 Hasil Penelitian

Setelah peneliti melakukan penelitian secara langsung dengan melakukan penyebaran kuesioner yang ditujukan kepada Nasabah PT. BSI KC Ahmad Dahlan Banda Aceh melalui kuesioner. Kemudian peneliti mengolah data hasil dari jawaban responden atas kuesioner yang peneliti sebarakan dengan menggunakan aplikasi *software IBM SPSS for windows* versi 26. Berdasarkan pada hasil olah data statistik, maka dapat dikemukakan dalam penelitian ini yang menjelaskan:



#### **4.10.1 Hasil Pengaruh Bukti Fisik (*Tangible*) Terhadap Kepuasan Nasabah**

Berdasarkan Tabel 4.10 dapat diketahui bahwa *tangible* memiliki nilai t hitung sebesar 2,648 dan lebih besar dari t table (1,984). Dari nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa *tangible* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Bukti Fisik (*tangible*) merupakan bentuk aktualisasi yang nyata dapat terlihat seperti kebersihan, kelengkapan fasilitas, dan lain sebagainya yang bisa dirasakan langsung, sehingga konsumen yang datang merasa nyaman dan betah saat melakukan pembelian yang juga berpengaruh terhadap kepuasan (Parasuraman dalam Tjiptono, 2016).

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang diteliti oleh (Wahyuni, 2016) bukti fisik memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah. Bisa dibuktikan dengan kualitas pelayanan bukti fisik yang secara nyata dapat dilihat dan dirasakan langsung oleh nasabah maka fasilitas, kebersihan, penampilan karyawan yang rapi, tempat parkir yang aman dan luas harus diciptakan dengan baik sehingga dapat meningkatkan kepuasan nasabah.

#### **4.10.2 Hasil Pengaruh Empati (*Empathy*) Terhadap Kepuasan Nasabah**

Berdasarkan Tabel 4.10 dapat diketahui bahwa *Empathy* memiliki nilai t hitung sebesar 4,100 lebih besar dari t table (1,984). Dari nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa *empathy* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Empati merupakan perhatian secara individual yang diberikan perusahaan kepada konsumen karyawan untuk berkomunikasi dengan nasabah, dan kebutuhan nasabahnya. (Parasuraman dalam Tjiptono, 2016).

Hasil penelitian ini sama dengan penelitian yang dilakukan oleh (Nilasari, 2015) empati memiliki pengaruh yang terhadap kepuasan nasabah. Dengan karyawan yang memberikan perhatian penuh, tidak membedakan, dan memberikan kemudahan untuk berkomunikasi akan berdampak baik antara perusahaan dan nasabah melalui karyawan sehingga merasa puas atas pelayanan yang diberikan.

#### **4.10.3 Hasil Pengaruh Daya Tanggap (*Responsiveness*) Terhadap Kepuasan Nasabah**

Berdasarkan Tabel 4.10 dapat diketahui bahwa daya tanggap (*responsiveness*) memiliki nilai  $t$  hitung sebesar -1,561 lebih kecil dari  $t$  table (1,984) yang menunjukkan hipotesis ketiga ditolak. Dari nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa *responsiveness* memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Daya tanggap (*responsiveness*) merupakan keinginan karyawan untuk membantu nasabah dengan memberikan pelayanan yang tanggap (Parasuraman dalam Tjiptono, 2016).

Hasil penelitian ini sama dengan penelitian yang dilakukan oleh (Anugrah, 2011) menunjukkan bahwa daya tanggap (*responsiveness*) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan

nasabah pada Koperasi Simpan Pinjam MILAN di Kecamatan Genteng Kabupaten Banyuwangi.

#### **4.10.4 Pengaruh Keandalan (*Reliability*) Terhadap Kepuasan Nasabah**

Berdasarkan Tabel 4.10 dapat diketahui bahwa keandalan (*reliability*) memiliki nilai  $t$  hitung sebesar 2,123 dan lebih besar dari  $t$  table (1,984). Dari nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa (*reliability*) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Keandalan (*reliability*) merupakan kemampuan yang dimiliki setiap karyawan yang mengetahui mengenai seluk beluk prosedur kerja, mekanisme kerja, memperbaiki berbagai kekurangan atau penyimpangan yang tidak sesuai dengan prosedur kerja dan mampu menunjukkan, mengarahkan juga memberikan arahan yang benar kepada setiap bentuk pelayanan yang belum dimengerti oleh nasabah, sehingga memberikan dampak positif atas pelayanan tersebut (Parasuraman dalam Tjiptono, 2016).

Berdasarkan penelitian sebelumnya oleh (Nilasari, 2015) keandalan memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah. Dengan karyawan yang handal dalam melayani nasabah maka nasabah akan merasa puas karena keinginannya saat pelayanan sangat terbantu.

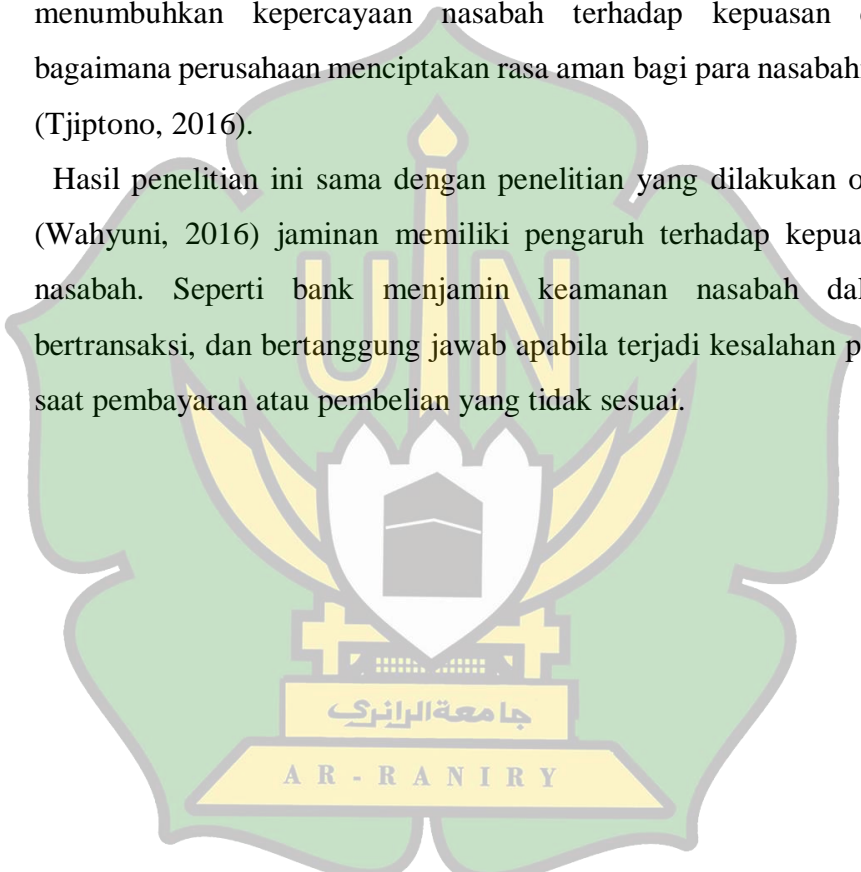
#### **4.10.5 Pengaruh Jaminan (*Assurance*) Terhadap Kepuasan Nasabah**

Berdasarkan tabel 4.10 dapat diketahui bahwa jaminan (*assurance*) memiliki nilai  $t$  hitung sebesar 3,519 lebih besar dari  $t$

table (1,984). Dari nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa jaminan (*assurance*) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Jaminan (*assurance*) merupakan perilaku karyawan yang mampu menumbuhkan kepercayaan nasabah terhadap kepuasan dan bagaimana perusahaan menciptakan rasa aman bagi para nasabahnya (Tjiptono, 2016).

Hasil penelitian ini sama dengan penelitian yang dilakukan oleh (Wahyuni, 2016) jaminan memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah. Seperti bank menjamin keamanan nasabah dalam bertransaksi, dan bertanggung jawab apabila terjadi kesalahan pada saat pembayaran atau pembelian yang tidak sesuai.



## **BAB V**

### **KESIMPULAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah PT. BSI KC Ahmad Dahlan Banda Aceh dengan sampel 100 nasabah pada bank tersebut, hanya 4 variabel yaitu bukti fisik (*tangible*), empati (*empathy*), keandalan (*reliability*), jaminan (*assurance*) yang memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan daya tanggap (*responsiveness*) memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa kepuasan nasabah PT. BSI KC Ahmad Dahlan Banda Aceh hampir sepenuhnya dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan. Hal ini dibuktikan dari perhitungan koefisien determinasi dengan nilai *R square* sebesar 65,6%. Ini artinya kepuasan nasabah hanya dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan sebesar 65,4% selebihnya dipengaruhi oleh faktor lain diluar model penelitian ini.

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, peneliti mengajukan beberapa saran sebagai berikut.

1. Dari segi kualitas pelayanan, PT. BSI KC Ahmad Dahlan Banda Aceh diharapkan dapat memberikan pelayanan secara maksimal kepada nasabah, agar kepuasan nasabah tercapai.

2. Bagi peneliti selanjutnya, agar dapat memperluas cakupan lokasi penelitian, dan mengganti item pada pertanyaan variabel yang hasilnya tidak signifikan sehingga setiap variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. BSI KC Ahmad Dahlan Banda Aceh.



## DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, Rusydi. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Sayed Mahdi, ALFABET, Bandung.
- A. Wahid, N. (2013). *Panduan Penulisan Skripsi*. Banda Aceh: Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam UIN Ar-Raniry.
- Adiwarman, K. (2006). *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Al Arif, M. N. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: ALFABETA CV.
- Arikunto, S. (2002). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Artana, Ramadhanta Surya. (2016). *Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan dan Kepercayaan Nasabah Sebagai Variabel Intervening di PD Bank Jogja Yogyakarta*. Skripsi. Yogyakarta : Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Basthor, B. (2012). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Bungin, M. B. (2005). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Danang Sunyoto. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Center for Academic Publishing Service (CAPS)
- Duwi, P. (2014). *Spss 22: Pengolahan Data Terpraktis*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Fandy, T. (2012). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima, Edisi Kedua*. Yogyakarta: Andi.
- Ghozali, I. (2011). *Model Persamaan Struktural, Konsep Dan Aplikasi Dengan Program Amos 19.0*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hardiyansyah. (2011). *Kualitas Pelayanan Publik*. Yogyakarta: Gava Media.
- Harun, Y. (2005). *Perbankan Syariah*. Jakarta: Dzikra.



- Husnah, Arini Mar'atul. (2015). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Aksesibilitas Terhadap Kepuasan Nasabah (Survei Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Kudus)*. Skripsi Thesis. Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
- Imam, G. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Karim, A. A. (2014). *Bank Islam Analisis Fiqh dan Keuangan Edisi Kelima*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Kasmir. (2004). *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana.
- Kasmir. (2006). *Etika Customer Service*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kotler, P. (1997). *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan, Implementasi Dan Pengendalian. Edisi Kesembilan, Jilid 2*. Jakarta: Penerbit Salemba.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Madona, Fitri. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang 16 Ilir Palembang*. Tugas Akhir. Palembang: UIN Raden Fatah Palembang.
- M. Zainu, W. A. (2015). Konsep Excellence Perbankan Syariah Berdasarkan Al-Qur'an. *Vol.1 No.1*, 3.
- Mastura, Z. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi pada PT. Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh)*. Perbankan Syariah. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam: Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.
- Muhammad. (2014). *Manajemen Dana Bank Syariah*. Depok: PT RAJAGRAFINDO PERSADA.
- Muhammad. (2008). *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Mustaqim. (2016). *Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank*. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam.

- Ekonomi Islam. Ekonomi Syariah: Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya.
- Narbuko, C., & Achmadi, A. (2013). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Nasfi, d. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah. *Journal of Economic Studies*.
- Nawawi, H. (2009). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Kencana.
- Nazir. (2011). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Nilasari, E., & Istiatin. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Dealer PT. Ramayana Motor Sukoharjo. *Jurnal Paradigma Vol. 13, No. 01, Februari-Juli 2015*.
- Rahmayanty, N. (2013). *Manajemen Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Rini, E. S. (2021). *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BRI Cabang Kabupaten Bulukumba*. Manajemen. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis: Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Rismiati, E., & Suratno, B. (2001). *Pemasaran Barang dan Jasa*. Yogyakarta: Kanisius.
- Rivai, V. (2006). *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Perusahaan: dari Teori Ke Praktik, Edisi Pertama*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sangadji, E. M. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Santoso, S. (2010). *Statistik Multivariat*. Jakarta: PT Gramedia.
- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: Kencana.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Anugrah, Tinarbuko, A. (2011). *Analisis Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Koperasi Simpan Pinjam Milan Di Kecamatan Genteng Kabupaten Banyuwangi*. Skripsi,

- Universitas Jember. Program Studi S1 Manajemen. Fakultas Ekonomi.
- Suharni, M. (2008). Persepsi Nasabah terhadap Penerapan Sistem Layanan Produk dan Jasa E Banking. *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi "Bisnis & Birokrasi" Vol.15 No.3.*
- Suliyanto. (2009). *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta: Andi.
- Suprpto. (2011). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Tjiptono, F. (1996). *Manajemen Jasa*. Jakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Chandra. (2007). *Service, Quality & Satisfaction. Edisi 2*. Yogyakarta: Andi.
- Umar, H. (2005). *Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Umar, H. (2009). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Wahyuni, A. T. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen: Volume 5, Nomor 2, Februari 2016.*
- Widjaja. (2017). *Komunikasi: Komunikasi dan Hubungan Masyarakat. Edisi Ketiga*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Wood, I. (2009). *Layanan Pelanggan Cara Praktis, Mudah, dan Inspiratif Memuaskan Pelanggan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Yuniarti, V. S. (2015). *Perilaku Nasabah: Teori dan Praktik*. Bandung: CV Pustaka Setia.

## LAMPIRAN

### Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Dengan Hormat,

Terimakasih atas kesediaan dan partisipasi saudara(i) menjadi salah satu responden dan secara sukarela mengisi kuesioner ini. Kuesioner ini salah satu instrumen penelitian yang dilakukan oleh:

Nama : Atikah Chaira  
NIM : 190603388  
Jurusan : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Perguruan Tinggi : Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

Mohon kepada saudara(i) untuk bersedia menjawab kuesioner berikut ini, saya mengharapkan sejujur-jujurnya dalam menjawab kuesioner yang saya berikan sesuai dengan pendapat anda. Atas bantuan dan kerjasamanya saya ucapkan terimakasih banyak.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

Hormat Saya

Atikah Chaira

## IDENTITAS RESPONDEN

### A. Identitas Responden

Untuk keperluan keabsahan data penelitian ini, saya mengharapkan kepada Bapak/Ibu/Sdra(i) untuk mengisi data berikut ini:

Nama : \_\_\_\_\_ (boleh tidak diisi)

Jenis Kelamin :  Pria  
 Wanita

Umur :  18-25 tahun  
 26-33 tahun  
 34-41 tahun  
 >41 tahun

Pendidikan Terakhir :  SD  D3  
 SMP  S1/S2  
 SMA

Pekerjaan :  Pelajar/Mahasiswa  
 PNS  
 Pegawai Swasta  
 Wiraswasta  
 Lainnya

### B. Cara Pengisian Angket

Berikut ini adalah pernyataan-pernyataan yang berkaitan dengan Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Nasabah PT. BSI KC Ahmad Dahlan Banda Aceh). Mohon Bapak/Ibu menjawab pernyataan dengan memberi tanda *checklist* (√) pada kotak jawaban yang dianggap tepat.

Pada setiap pernyataan telah disediakan bagian lima poin skala disampingnya dengan keterangan sebagai berikut:

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

**1. Kualitas Pelayanan yang diberikan oleh PT. BSI KC Ahmad Dahlan (X)**

No	Pernyataan	Respon				
		STS	TS	RG	S	SS
<b>Berwujud (<i>tangible</i>) (X1)</b>						
1	Bank memiliki ruang tunggu yang nyaman					
2	Tersedia slip atau formulir yang disertai dengan contoh pengisiannya					
3	Penampilan karyawan yang rapi					
<b>Empati (<i>empathy</i>) (X2)</b>						
4	Kepekaan karyawan untuk mengetahui minat nasabah					
5	Pegawai mengucapkan salam dan terima kasih diakhir layanan.					
6	Karyawan mempunyai interaksi yang baik dengan nasabah					
<b>Daya Tanggap (<i>responsiveness</i>) (X3)</b>						
7	Cara karyawan menyambut nasabah					
8	Pertolongan karyawan terhadap kesulitan nasabah					
9	Karyawan menanggapi permintaan nasabah dengan cepat					
<b>Keandalan (<i>reliability</i>) (X4)</b>						
10	Kemampuan karyawan dalam memecahkan masalah nasabah					
11	Karyawan bank syariah melakukan pencatatan dengan teliti dalam setiap transaksi					

12	Registrasi yang tepat waktu					
<b>Jaminan (assurance) (X5)</b>						
13	BSI menjamin keamanan nasabah dalam bertransaksi					
14	Memberikan perhatian sepenuhnya kepada nasabah saat melakukan transaksi					
15	Pengetahuan karyawan terhadap produk bank					

## 2. Kepuasan Nasabah (Y)

No	Pernyataan	Respon				
		STS	TS	RG	S	SS
1	Kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan bank sangat baik dan memuaskan.					
2	Saya sangat senang dengan para karyawan bank karena sangat ramah dan cepat dalam melayani.					
3	Fasilitas yang ada di BSI sangat lengkap sehingga nasabah akang menggunakan jasa bank kembali.					
4	Nasabah bersedia merekomendasikan BSI kepada teman atau kerabat untuk membuka rekening.					
5	Nasabah akan menjadikan BSI sebagai pilihan utama bila ingin menggunakan jasa perbankan.					



## Lampiran 2 Karakteristik Responden

### 1. Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah
1.	Perempuan	71
2.	Laki-Laki	29
	<b>Total</b>	<b>100</b>

### 2. Berdasarkan Usia

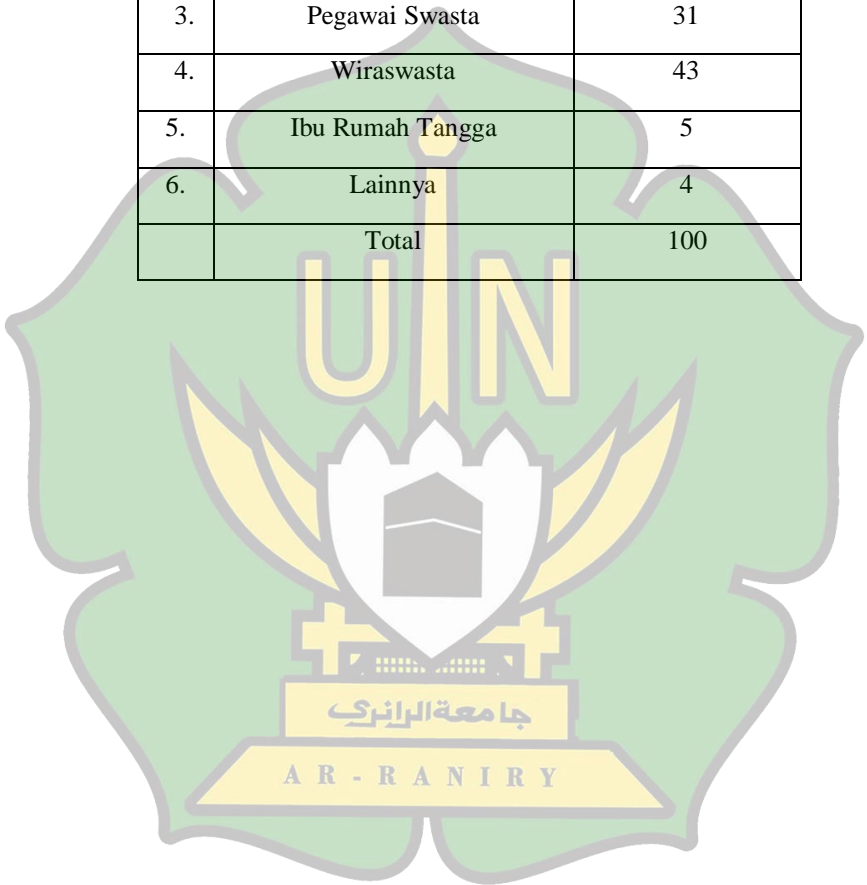
No	Usia	Jumlah
1.	18-25	31
2.	26-33	62
3.	34-41	5
4.	>51	1
	<b>Total</b>	<b>100</b>

### 3. Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah
1.	SMP	1
2.	SMA	38
3.	D3	7
4.	S1/S2	54
	<b>Total</b>	<b>100</b>

#### 4. Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah
1.	Pelajar/Mahasiswa	11
2.	PNS	6
3.	Pegawai Swasta	31
4.	Wiraswasta	43
5.	Ibu Rumah Tangga	5
6.	Lainnya	4
	Total	100



### Lampiran 3 Tabulasi Data Jawaban Pernyataan 100 Responden

#### Variabel Tangible (X1)

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

30	4	4	5	13
31	5	5	4	14
32	5	5	4	14
33	5	4	5	14
34	4	4	4	12
35	4	4	4	12
36	4	3	4	11
37	4	4	5	13
38	4	4	4	12
39	5	5	4	14
40	4	4	3	11
41	4	3	4	11
42	4	3	4	11
43	5	3	3	11
44	4	4	3	11
45	5	5	4	14
46	3	3	4	10
47	4	4	4	12
48	3	3	5	11
49	4	5	4	13
50	4	4	4	12
51	5	4	5	14
52	4	5	4	13
53	5	5	5	14
54	5	5	4	14
55	5	4	5	14
56	4	5	4	13
57	5	5	5	15
58	5	4	4	13
59	4	5	5	14
60	5	4	5	14
61	5	4	4	13
62	4	4	5	13
63	5	4	5	14

64	5	4	4	13
65	4	5	5	14
66	5	5	5	15
67	5	5	5	15
68	4	5	5	14
69	5	4	4	13
70	4	4	4	12
71	4	5	5	14
72	5	5	5	15
73	4	5	4	13
74	5	5	5	15
75	4	4	4	12
76	5	5	5	15
77	5	5	5	15
78	4	5	5	14
79	5	5	5	15
80	5	4	4	13
81	4	5	4	13
82	5	4	5	14
83	5	5	5	15
84	4	5	4	13
85	4	4	4	12
86	4	5	5	14
87	4	4	4	12
88	5	5	5	15
89	5	5	5	15
90	5	4	4	13
91	5	4	5	14
92	4	5	4	13
93	4	5	5	14
94	4	4	4	12
95	5	5	5	15
96	4	5	4	13
97	5	5	5	15

98	5	5	5	15
99	5	5	5	15
100	4	5	4	13

### Variabel Empathy (X2)

No responden	Empathy (X2)			Total X2
	X1.1	X2.2	X3.3	
1	4	3	5	12
2	3	4	4	11
3	4	4	4	12
4	4	4	4	12
5	3	3	3	9
6	4	3	4	11
7	3	4	4	11
8	4	4	4	12
9	5	4	3	12
10	2	5	4	11
11	4	3	5	12
12	4	4	4	12
13	5	4	4	13
14	2	5	4	11
15	4	3	4	11
16	4	4	4	12
17	4	4	4	12
18	4	4	4	12
19	3	4	4	11
20	4	4	4	12
21	4	4	4	12
22	4	4	4	12
23	3	3	4	10
24	4	5	4	13
25	3	4	4	11
26	4	4	4	12
27	4	4	4	12

28	4	4	4	12
29	4	5	4	13
30	4	4	4	12
31	4	4	4	12
32	4	4	4	12
33	5	5	4	14
34	4	4	4	12
35	4	4	4	12
36	4	4	4	12
37	3	3	4	10
38	4	4	4	12
39	4	5	4	13
40	4	4	4	12
41	2	5	4	11
42	4	3	4	11
43	3	4	4	11
44	4	4	4	12
45	4	4	4	12
46	3	3	4	10
47	4	3	4	11
48	3	4	4	11
49	4	4	4	12
50	5	4	4	13
51	5	5	5	15
52	3	3	5	11
53	5	5	5	15
54	5	5	5	15
55	5	5	5	15
56	5	5	5	15
57	5	5	5	15
58	5	5	5	15
59	5	5	5	15
60	5	5	5	15
61	5	5	5	15



62	5	5	5	15
63	5	5	5	15
64	5	5	5	15
65	5	5	5	15
66	5	5	5	15
67	5	5	5	15
68	5	5	5	15
69	4	4	5	13
70	5	5	4	14
71	5	5	5	15
72	5	5	5	15
73	5	5	5	15
74	5	4	5	14
75	5	5	5	15
76	5	5	5	15
77	3	3	5	11
78	5	5	5	15
79	5	5	5	15
80	5	5	5	15
81	5	5	5	15
82	5	5	5	15
83	5	5	5	15
84	5	5	5	15
85	3	3	5	10
86	5	3	3	11
87	2	3	5	10
88	5	5	5	15
89	5	5	5	15
90	5	5	5	15
91	3	5	5	13
92	5	5	2	12
93	4	4	4	12
94	4	4	5	13
95	4	2	5	11

96	4	4	4	12
97	4	5	5	14
98	5	5	5	15
99	5	5	5	15
100	5	5	3	13

### Variabel Responsiveness (X3)

No responden	Responsiveness (X3)			Total X3
	X3.1	X3.2	X3.3	
1	5	5	4	14
2	5	4	4	13
3	5	5	5	15
4	5	4	4	13
5	5	5	5	15
6	4	4	4	12
7	5	4	4	13
8	5	4	5	14
9	5	3	4	12
10	4	3	4	11
11	5	3	5	13
12	4	4	4	12
13	4	4	4	12
14	4	4	4	12
15	4	3	4	11
16	4	2	2	8
17	4	4	4	12
18	5	5	5	15
19	4	4	4	12
20	5	4	4	13
21	4	5	4	13
22	3	3	4	10
23	5	4	4	13
24	5	4	4	13
25	5	5	5	15

26	5	4	4	13
27	4	4	4	12
28	5	5	5	15
29	4	4	4	12
30	5	4	3	12
31	5	4	3	12
32	5	5	5	15
33	4	4	4	12
34	4	3	3	10
35	5	5	5	15
36	5	5	5	15
37	4	4	4	12
38	4	4	4	12
39	4	1	4	9
40	5	5	5	15
41	4	4	3	11
42	2	2	2	6
43	5	3	3	11
44	5	4	4	13
45	4	5	4	13
46	5	4	4	13
47	4	4	4	12
48	4	4	4	12
49	4	1	1	9
50	4	4	4	12
51	4	4	4	12
52	4	4	4	12
53	4	4	4	12
54	5	5	5	15
55	5	5	5	15
56	5	5	5	15
57	5	4	5	14
58	4	4	4	12
59	5	3	2	10

60	4	4	4	12
61	4	4	4	12
62	5	4	4	13
63	5	4	4	13
64	4	3	4	11
65	5	3	3	11
66	4	4	4	12
67	5	5	5	15
68	5	5	4	14
69	5	5	3	13
70	5	5	5	15
71	4	4	4	12
72	4	4	4	12
73	5	5	5	15
74	4	4	4	12
75	5	4	4	13
76	4	4	4	12
77	5	4	4	13
78	5	3	4	12
79	4	4	5	13
80	4	4	4	12
81	4	3	4	11
82	5	5	5	15
83	4	4	4	12
84	5	5	5	15
85	3	4	4	11
86	5	4	4	13
87	4	3	4	11
88	4	4	4	12
89	5	4	4	13
90	5	5	5	15
91	2	3	4	9
92	5	5	5	15
93	4	4	4	12

94	5	5	5	15
95	5	5	4	14
96	5	4	5	14
97	5	4	3	12
98	4	3	3	10
99	4	4	4	12
100	5	3	3	11

### Variabel Reliability (X4)

No responden	Reliability (X4)			Total X4
	X4.1	X4.2	X4.3	
1	5	4	4	13
2	4	5	4	13
3	5	5	5	15
4	4	5	5	14
5	5	5	5	15
6	4	4	4	12
7	5	5	4	14
8	4	4	4	12
9	3	3	4	10
10	4	4	4	12
11	4	4	4	12
12	4	4	4	12
13	4	4	4	12
14	4	4	4	12
15	4	4	4	12
16	4	4	2	10
17	4	4	4	12
18	4	4	4	12
19	5	4	4	13
20	4	4	4	12
21	4	4	4	12
22	5	3	4	12
23	5	5	5	15

24	5	5	5	15
25	5	5	5	15
26	4	5	5	14
27	4	5	5	14
28	4	4	4	12
29	4	4	4	12
30	4	4	4	12
31	3	4	4	11
32	5	5	5	15
33	4	4	4	12
34	4	4	4	12
35	4	5	4	13
36	5	5	5	15
37	5	5	4	14
38	4	3	3	10
39	4	4	3	11
40	5	5	5	15
41	4	3	4	11
42	2	1	1	4
43	4	4	4	12
44	4	4	4	12
45	4	4	4	12
46	5	5	5	15
47	4	4	4	12
48	4	4	4	12
49	4	4	4	12
50	4	4	4	12
51	3	4	3	10
52	4	4	4	12
53	4	4	4	12
54	5	5	5	15
55	4	5	4	13
56	5	5	5	15
57	5	5	5	15

58	4	4	4	12
59	4	2	4	10
60	4	4	4	12
61	4	4	4	12
62	5	4	4	13
63	5	4	4	13
64	4	4	4	12
65	3	2	2	7
66	4	5	4	13
67	4	5	5	14
68	5	5	5	15
69	3	4	3	10
70	5	4	5	14
71	4	4	5	13
72	4	4	5	13
73	5	5	4	14
74	4	4	4	12
75	5	5	5	15
76	3	4	4	11
77	4	4	4	12
78	5	4	4	13
79	4	4	4	12
80	4	4	4	12
81	4	4	4	12
82	5	5	5	15
83	4	4	4	12
84	4	4	4	12
85	3	2	4	9
86	5	4	5	14
87	4	3	4	11
88	4	4	4	12
89	5	5	5	15
90	4	5	5	14
91	3	5	4	12



92	5	5	5	15
93	4	4	4	12
94	5	4	4	13
95	5	4	5	14
96	4	5	4	13
97	3	4	4	11
98	4	4	4	12
99	4	4	4	12
100	4	3	3	10

### Variabel Assurance (X5)

No responden	Assurance (X5)			Total X5
	X5.1	X5.2	X5.3	
1	4	4	4	12
2	4	3	3	10
3	4	4	4	12
4	4	4	3	11
5	3	3	3	9
6	4	3	4	11
7	4	3	4	11
8	4	3	4	11
9	3	3	3	9
10	5	5	3	13
11	4	4	4	12
12	4	3	4	11
13	3	3	3	9
14	5	5	3	13
15	4	4	4	12
16	4	4	4	12
17	4	4	4	12
18	4	4	4	12
19	4	3	3	10
20	4	4	4	12
21	4	4	3	11

22	3	3	3	9
23	4	3	3	10
24	4	4	3	11
25	3	4	4	11
26	4	4	4	12
27	4	4	4	12
28	4	4	4	12
29	4	3	3	10
30	4	4	4	12
31	4	4	4	12
32	4	4	4	12
33	4	4	5	13
34	4	3	3	10
35	4	4	4	12
36	3	4	3	10
37	4	4	3	11
38	4	3	3	10
39	4	3	3	10
40	4	4	4	12
41	5	5	3	13
42	4	4	4	12
43	4	3	3	10
44	4	4	4	12
45	4	4	3	11
46	3	3	3	9
47	4	3	4	11
48	4	3	4	11
49	4	3	4	11
50	3	3	3	9
51	5	5	5	15
52	3	3	3	9
53	5	5	5	15
54	5	5	5	15
55	5	5	5	15

56	5	5	5	15
57	5	5	5	15
58	5	5	5	15
59	5	5	5	15
60	5	5	5	15
61	5	5	5	15
62	5	5	5	15
63	5	5	5	15
64	5	5	5	15
65	5	5	5	15
66	5	5	5	15
67	5	5	5	15
68	5	5	5	15
69	4	4	4	12
70	4	4	4	12
71	5	5	5	15
72	5	5	5	15
73	4	4	4	12
74	5	5	5	15
75	4	4	4	12
76	5	5	5	15
77	3	3	3	9
78	5	5	5	15
79	5	5	5	15
80	5	5	5	15
81	5	5	5	15
82	5	5	5	15
83	5	5	5	15
84	5	5	5	15
85	5	5	5	15
86	5	5	5	15
87	5	5	5	15
88	5	5	5	15
89	5	5	5	15

90	5	5	5	15
91	5	5	5	15
92	5	5	5	15
93	5	5	4	14
94	5	5	4	14
95	4	4	4	12
96	5	4	4	13
97	4	4	5	13
98	5	4	4	13
99	5	5	4	14
100	5	4	5	14

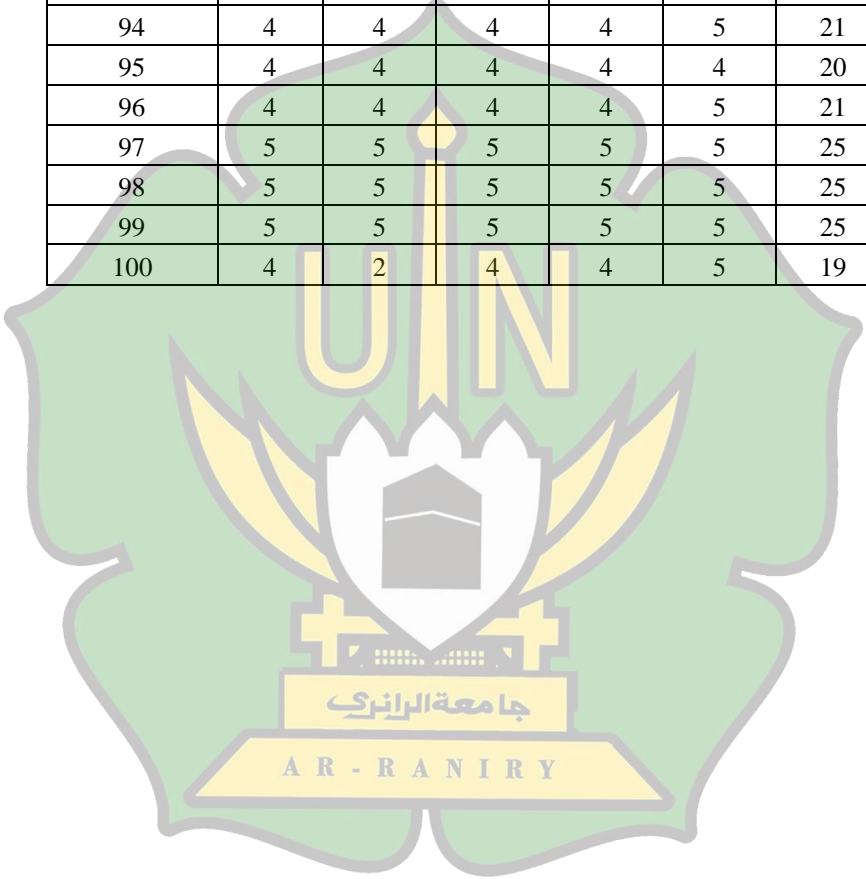
**Variabel Kepuasan Nasabah (Y)**

No responden	Kepuasan Nasabah (Y)					Total Y
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	
1	5	3	3	4	4	19
2	4	3	4	4	4	19
3	4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	4	20
5	4	3	4	4	3	18
6	4	3	3	4	3	17
7	4	4	4	4	4	20
8	4	4	4	4	4	20
9	4	4	4	4	3	19
10	5	3	3	4	3	18
11	2	2	3	2	3	12
12	4	4	4	4	3	19
13	4	4	4	4	4	20
14	4	4	4	4	3	19
15	4	4	4	4	4	20
16	5	3	3	4	3	18
17	4	4	4	4	3	19
18	4	4	4	4	3	19
19	3	4	3	3	3	16

20	3	4	3	3	5	18
21	3	4	4	4	4	19
22	4	4	4	4	3	19
23	4	4	4	4	4	20
24	4	4	4	4	4	20
25	5	5	5	5	5	25
26	5	5	5	4	5	24
27	4	5	4	4	5	22
28	4	4	4	4	5	21
29	4	4	4	5	5	22
30	4	5	5	4	5	23
31	4	5	4	4	4	21
32	5	4	4	4	5	22
33	4	5	5	5	4	23
34	4	4	4	4	4	20
35	4	4	4	4	4	20
36	4	4	4	4	4	20
37	4	5	4	4	5	22
38	4	5	5	4	5	23
39	5	5	5	5	4	24
40	4	4	4	4	4	20
41	4	4	4	4	3	19
42	5	3	3	4	4	19
43	4	4	4	4	4	19
44	4	4	4	4	4	20
45	4	4	4	4	4	20
46	4	3	4	4	3	18
47	4	3	3	4	3	17
48	4	4	4	4	4	20
49	4	4	4	4	4	20
50	4	4	4	4	3	19
51	5	5	5	5	5	25
52	3	3	3	3	5	17
53	5	5	5	5	5	25

54	5	5	5	5	5	25
55	5	5	5	5	5	25
56	5	5	5	5	5	25
57	5	5	5	5	5	25
58	5	5	5	5	5	25
59	5	5	5	5	5	25
60	5	5	5	5	4	24
61	5	5	5	5	4	24
62	5	5	5	5	4	24
63	5	5	5	5	4	24
64	5	5	5	5	4	24
65	5	5	5	5	5	25
66	5	5	5	5	5	25
67	5	5	5	5	5	25
68	5	5	5	5	4	24
69	4	4	4	4	4	20
70	4	4	4	4	5	21
71	5	5	5	5	5	25
72	5	5	5	5	5	25
73	4	4	4	4	5	21
74	5	5	5	5	5	25
75	4	4	4	4	5	21
76	5	5	5	5	5	25
77	3	3	3	3	5	17
78	5	5	5	5	4	24
79	5	5	5	5	4	24
80	5	5	5	5	4	24
81	5	5	5	5	4	24
82	5	5	5	5	4	24
83	5	5	5	5	4	24
84	4	4	4	4	4	20
85	4	4	4	4	5	21
86	4	4	4	4	5	21
87	4	4	4	4	5	21

88	5	5	5	5	5	25
89	5	5	5	5	5	25
90	5	4	5	5	5	24
91	5	4	5	5	5	24
92	4	4	4	4	5	21
93	4	4	4	4	5	21
94	4	4	4	4	5	21
95	4	4	4	4	4	20
96	4	4	4	4	5	21
97	5	5	5	5	5	25
98	5	5	5	5	5	25
99	5	5	5	5	5	25
100	4	2	4	4	5	19





## Lampiran 4 HASIL OUTPUT SPSS

### 1. Hasil Uji Valisitas dan Reliabilitas

#### VARIABEL X1

		Correlations			
		Tangible_1	Tangible_2	Tangible_3	Tangible_total
Tangible_1	Pearson Correlation	1	,420**	,262**	,725**
	Sig. (2-tailed)		,000	,009	,000
	N	100	100	100	100
Tangible_2	Pearson Correlation	,420**	1	,374**	,819**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100
Tangible_3	Pearson Correlation	,262**	,374**	1	,714**
	Sig. (2-tailed)	,009	,000		,000
	N	100	100	100	100
Tangible_total	Pearson Correlation	,725**	,819**	,714**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100

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

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,621	3

### VARIABLE X2

		Correlations			
		Empathy_1	Empathy_2	Empathy_3	Empathy_total
Empathy_1	Pearson Correlation	1	,536**	,306**	,835**
	Sig. (2-tailed)		,000	,002	,000
	N	100	100	100	100
Empathy_2	Pearson Correlation	,536**	1	,332**	,818**
	Sig. (2-tailed)	,000		,001	,000
	N	100	100	100	100
Empathy_3	Pearson Correlation	,306**	,332**	1	,652**
	Sig. (2-tailed)	,002	,001		,000
	N	100	100	100	100
Empathy_total	Pearson Correlation	,835**	,818**	,652**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,661	3

**VARIABEL X3**

<b>Correlations</b>					
		Responsiveness_1	Responsiveness_2	Responsiveness_3	Responsiveness_total
Responsiveness_1	Pearson Correlation	1	,461**	,341**	,722**
	Sig. (2-tailed)		,000	,001	,000
	N	100	100	100	100
Responsiveness_2	Pearson Correlation	,461**	1	,573**	,862**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100
Responsiveness_3	Pearson Correlation	,341**	,573**	1	,812**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000		,000
	N	100	100	100	100
Responsiveness_total	Pearson Correlation	,722**	,862**	,812**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,720	3

**VARIABEL X4**

		Correlations			
		Reliability _1	Reliability _2	Reliability _3	Reliability y_total
Reliability_1	Pearson Correlation	1	,556**	,633**	,828**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100
Reliability_2	Pearson Correlation	,556**	1	,680**	,875**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100
Reliability_3	Pearson Correlation	,633**	,680**	1	,891**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100
Reliability_to tal	Pearson Correlation	,828**	,875**	,891**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).					

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,830	3

## VARIABLE X5

		Correlations			
		Assurance _1	Assurance _2	Assurance _3	Assurance_ total
Assurance_1	Pearson Correlation	1	,846**	,740**	,925**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100
Assurance_2	Pearson Correlation	,846**	1	,751**	,939**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100
Assurance_3	Pearson Correlation	,740**	,751**	1	,906**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100
Assurance_t otal	Pearson Correlation	,925**	,939**	,906**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100

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

### Reliability Statistics - RANIRY

Cronbach's Alpha	N of Items
,909	3

## VARIABEL Y

		Correlations					
		KN_1	KN_2	KN_3	KN_4	KN_5	KN_tota l
KN_1	Pearson Correlation	1	,613**	,710**	,881**	,285**	,824**
	Sig. (2- tailed)		,000	,000	,000	,004	,000
	N	100	100	100	100	100	100
KN_2	Pearson Correlation	,613**	1	,844**	,746**	,424**	,879**
	Sig. (2- tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
KN_3	Pearson Correlation	,710**	,844**	1	,864**	,435**	,925**
	Sig. (2- tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
KN_4	Pearson Correlation	,881**	,746**	,864**	1	,339**	,909**
	Sig. (2- tailed)	,000	,000	,000		,001	,000
	N	100	100	100	100	100	100
KN_5	Pearson Correlation	,285**	,424**	,435**	,339**	1	,617**
	Sig. (2- tailed)	,004	,000	,000	,001		,000
	N	100	100	100	100	100	100
KN_tot al	Pearson Correlation	,824**	,879**	,925**	,909**	,617**	1

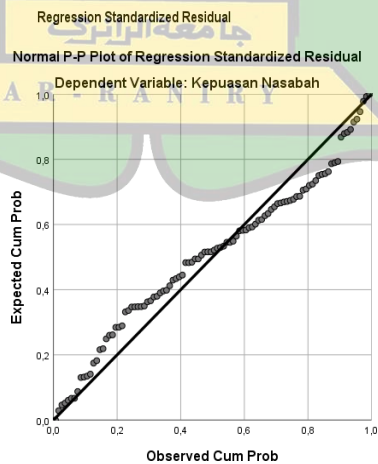
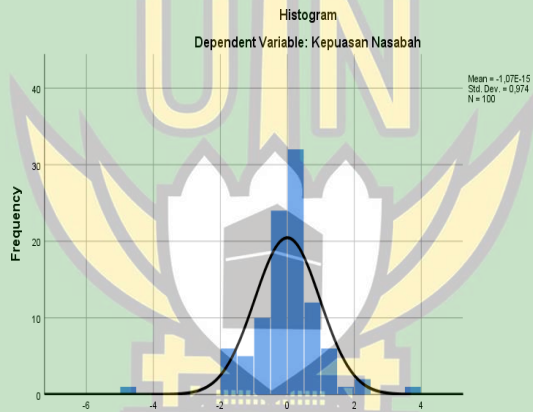
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,881	5

## 2. Hasil Uji Asumsi Klasik



### 3. Hasil Uji Heteroskedatisitas

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,238	1,401		3,024	,003
	Tangible	-,022	,110	-,027	-,198	,843
	Empathy	-,112	,106	-,164	-1,062	,291
	responsiveness	,071	,095	,104	,748	,456
	Reliability	-,098	,091	-,147	-1,074	,285
	Assurance	-,084	,080	-,147	-1,058	,293

a. Dependent Variable: Abs\_Res

### 4. Hasil Uji t

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2,069	2,023		1,023	,309		
	Tangible	,422	,159	,224	2,648	,009	,513	1,950
	Empathy	,626	,153	,392	4,100	,000	,401	2,492
	Responsiveness	-,213	,137	-,134	-1,561	,122	,500	2,000
	Reliability	,279	,131	,180	2,123	,036	,508	1,968
	Assurance	,405	,115	,302	3,519	,001	,498	2,007

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah



## 5. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,810 <sup>a</sup>	,656	,638	1,66870
a. Predictors: (Constant), Assurance, Reliability, Tangible, Responsiveness, Empathy				
b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah				

## 6. Hasil Uji f

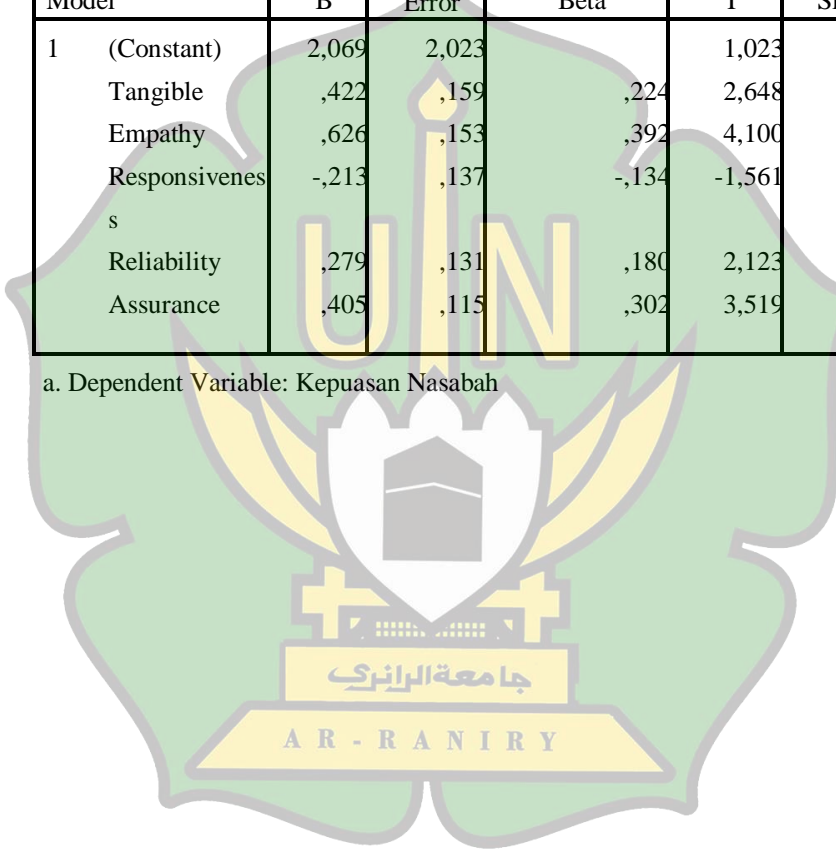
ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	499,253	5	99,851	35,859	,000 <sup>b</sup>
	Residual	261,747	94	2,785		
	Total	761,000	99			
a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah						
b. Predictors: (Constant), Assurance, Reliability, Tangible, Responsiveness, Empathy						

## 7. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,069	2,023		1,023	,309
	Tangible	,422	,159	,224	2,648	,009
	Empathy	,626	,153	,392	4,100	,000
	Responsiveness	-,213	,137	-,134	-1,561	,122
	Reliability	,279	,131	,180	2,123	,036
	Assurance	,405	,115	,302	3,519	,001

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah



## Lampiran 5 Biodata Penulis

### RIWAYAT HIDUP

Nama : Atikah Chaira  
Tempat/Tgl. Lahir : Medan, 09 September 2000  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Status : Belum Kawin  
Agama : Islam  
Pekerjaan : Mahasiswa  
Fakultas/Jurusan : Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Islam/Perbankan Syariah  
Perguruan Tinggi : UIN Ar-Raniry Banda Aceh  
Alamat Rumah : Jl. Kebun Raja Ie Masen Kayee Adang  
Telp/HP : 085277555364  
Email : atikahchaira513@gmail.com

### Riwayat Pendidikan

2005 – 2006 : TK Aisyiyah Bustanul Athfal Medan  
2006 – 2012 : SDN 060810 Medan  
2012 – 2015 : SMP Muhammadiyah 08 Medan  
2015 – 2018 : SMA Swasta Al-Ulum Medan  
2018 – 2022 : UIN Ar-Raniry Banda Aceh

### Data Orang Tua

Nama Ayah : Alm. Ahmad Ghazali  
Nama Ibu : Nurmala  
Alamat Orang Tua : Jl. Kebun Raja, Ie Masen Kayee Adang