

SKRIPSI

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DENGAN MODEL
CARTER DAN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUASAN
NASABAH
(Studi Pada PT Bank Aceh Syariah KC Banda Aceh)**



Disusun Oleh:

**AGAM SUHERMAN
NIM: 140603027**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2018 M / 1439 H**

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

SKRIPSI

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

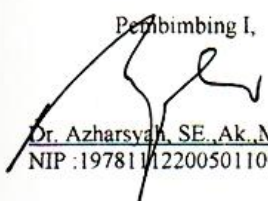
Dengan Judul:
**Analisis Kualitas Pelayanan Dengan Model CARTER Dan Pengaruhnya Terhadap
Kepuasan Nasabah Studi Pada PT. Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Banda Aceh**

Disusun Oleh:

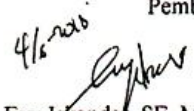
Agam Suherman
NIM: 140603027

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

Pembimbing I,

 07/6-18
Dr. Azharsyah, SE., Ak., M.S.O.M
NIP : 197811122005011003

Pembimbing II,

4/6-2020

Evy Iskandar, SE., M.Si., Ak., CA., CPAI
NIDN : 2024026901

Mengetahui
Ketua Program Studi Perbankan Syariah


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

**LEMBAR PENGESAHAN SEMINAR HASIL
SKRIPSI**

Agam Suherman

NIM: 140603027

Dengan Judul:

Analisis Kualitas Pelayanan Dengan Model CARTER Dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada PT Bank Aceh Syariah KC Banda Aceh)

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

Pada Hari/Tanggal : Jumat, 13 Juli 2018
 29 Syawal 1439 H

Banda Aceh

Tim Penilai Seminar Hasil Skripsi

Ketua,

~~Dr. Azharsvab~~ SE., Ak., M.S.O.M

NIP. 197811122005011003

Penguji I.

Dr. ~~X~~ilam Sari, M.Ag

NIP. 197103172008012007

Sekretaris,

Evy Iskandar, SE., M.Si., Ak, CA, CPAI

NIDN. 2024026901

Penguji II.

Isnaliana, S.H.I., MA

Mengetahui

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

Prof. Dr. Nazariuddin A. Wahid, MA
NIP. 195612311987031031



LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan di bawah ini

Nama : Agam Suherman
NIM : 140603027
Prodi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan SKRIPSI ini, saya:

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

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 25 Juni 2018
Yang Menyatakan

(Agam Suherman)

KATA PENGANTAR

Bimillahirrahmanirrahim

Alhamdulillah Rabbil'alamin, segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, atas segala taufiq dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, Shalawat serta salam semoga senantiasa Allah SWT berikan kepada Nabi Muhammad SAW, Keluarga, Para sahabatnya, dan para pengikutnya sampai akhir zaman.

Adapun penulisan skripsi ini diajukan untuk mendapatkan gelar sarjana ekonomi. Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis banyak menerima saran petunjuk, bimbingan, dan masukan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak, khususnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Nazaruddin A.Wahid, M.A selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh yang telah memudahkan penulis menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Israk Ahmadisyah B.Ec., M.Ec., M.Sc sebagai Ketua Jurusan yang selalu mengarahkan dan pemberi semangat, Ibu Ayumiati, SE., M.Si sebagai sekretaris jurusan dan Ibu Isnaliana S.H.I., M.A sebagai operator jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh, yang selalu mengarahkan dan pemberi semangat.

3. Bapak Dr. Azharsyah, SE.,Ak., M.S.O.M sebagai Dosen Pembimbing I sekaligus sebagai dosen penasehat akademik yang dengan sabar telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dan ilmunya kepada penulis.
4. Bapak Evy Iskandar, SE., M.Si.,Ak., CA., CPAI sebagai Dosen Pembimbing II yang dengan sabar telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dan ilmunya kepada penulis.
5. Bapak Muhammad Arifin, Ph.D selaku ketua Lab Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah banyak membantu dalam penulisan skripsi ini.
6. Dosen-dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Khususnya dosen-dosen di Jurusan Perbankan Syariah yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan kepada penulis selama mengikuti perkuliahan.
7. Teristimewa untuk Ibunda Umi Jamilah dan Ayahandaku Muhammad Zaini yang selalu menyayangi penulis sedari kecil, yang tak pernah lelah mengajarku banyak hal, yang tak berhenti berdo'a untukku, ketulusanmu dalam membimbing tak terbalaskan, hanya Allah SWT yang dapat membalasnya, semoga ananda bisa memberikan yang terbaik untukmu. Dan tidak lupa dengan kakak yang selalu menjaga ku dan menjadi orang tua selama kuliah, serta adik-adik ku yang selalu memberikan do'a yang terbaik.

8. Seluruh staf dan karyawan Bank Aceh Syariah yang telah sudi menerima penulis untuk melakukan riset dan mau membantu memberikan data yang diperlukan guna penyelesaian skripsi ini.
9. Pimpinan dan staf Perpustakaan Utama dan Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh, tempat penulis memperoleh berbagai informasi dan sumber-sumber skripsi.
10. Para dosen yang telah menurahkan ilmunya kepada penulis selama mengikuti perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
11. Teman-teman seperjuanganku Jurusan Perbankan Syariah saya ucapkan terima kasih yang telah bersama-sama ketika suka dan duka selama kuliah. Sahabatku Adzan Alhidayat, Teuku Suryansyah, Ricky Raynaldo Al-Hafid, Rahmad Muliadi, Muhammad Saifullah, Yulis Marlinda, Cut Nadia Siska, dan Nidya Aliska (terima kasih atas bantuan dan motivasinya). Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan adanya kritik dan saran demi kesempurnaannya.
12. Teman-teman Perbankan Syariah Angkatan 2014, semoga tali silaturahmi kita tetap terjalin.
13. Teman-teman grup IM Possible, Nidaan Khavia, Hera Afrillia, Maivi Herdalena, Cut Dilam Chalida Ulfah, dan Zulfa Anggreyni, yang telah menjadi partner dalam belajar kelompok

mulai dari semester satu sampai semester delapan, dan yang selalu memberikan motivasi untuk terus belajar melawan rasa malas. Terima kasih telah menjadi partner kuliah yang terbaik selama delapan semester.

Hanya kepada Allah SWT kita berserah diri, semoga yang kita amalkan mendapat Ridha-Nya, Aamiin ya Rabbal ‘Alamin. Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat menyumbangkan sesuatu yang bermanfaat bagi para pembaca, semua pihak yang memerlukan, dan khususnya kepada penulis sebagai calon ekonom islam.

Banda aceh, 25 juni 2018
Penulis

Agam suherman

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	v
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
HALAMAN TRANSLITERASI.....	xi
DAFTAR ISI.....	xv
ABSTRAK.....	xviii
DAFTAR TABEL.....	xix
DAFTAR GAMBAR.....	xx
DAFTAR SINGKATAN.....	xxi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Sistematika Pembahasan.....	8

BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1 Konsep Bank Syariah.....	10
2.1.1 Pengertian Bank Syariah.....	10
2.1.2 Peran dan Fungsi Bank Syariah.....	10
2.1.3 Jenis dan Kegiatan Usaha Bank Syariah.....	12
2.2 Konsep Pelayanan Jasa.....	13
2.2.1 Pengertian Pelayanan Jasa.....	13
2.2.2 Karakteristik Jasa.....	14
2.3 Kualitas Pelayanan Bank.....	16
2.3.1 Definisi Kualitas Pelayanan Bank.....	16
2.3.2 Dimensi Kualitas Pelayanan Bank.....	18
2.4 Model CARTER.....	22

2.5 Konsep Kepuasan Pelanggan.....	28
2.6 Penelitian Terdahulu.....	29
2.7 Kerangka Berfikir.....	38
2.8 Hipotesis Penelitian.....	40

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian.....	42
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian.....	42
3.2.1 Populasi Penelitian.....	42
3.2.2 Sampel Penelitian.....	43
3.2.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	43
3.3 Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.3.1 Sumber Data.....	44
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	45
3.4 Variabel Penelitian.....	46
3.4.1 Variabel Bebas.....	46
3.4.2 Variabel Terikat.....	49
3.5 Skala Pengukuran.....	49
3.6 Uji Coba Instrumen.....	50
3.6.1 Uji Validitas.....	51
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	52
3.7 Uji Asumsi Klasik.....	52
3.7.1 Uji Normalitas.....	52
3.7.2 Uji Multikolinearitas.....	53
3.7.3 Uji Heteroskedastisitas.....	53
3.7.4 Uji Autokorelasi.....	54
3.8 Metode Analisis Data.....	55
3.8.1 Statistik Deskriptif.....	55
3.8.2 Analisis Regresi Berganda.....	55
3.8.2.1 Uji Koefisien Determinasi.....	56
3.9 Pengujian Hipotesis.....	57
3.9.1 Uji-t.....	57
3.9.2 Uji-F.....	58

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	59
4.1.1 Sejarah Berdirinya Bank Aceh Syariah.....	59
4.1.2 Visi dan Misi Bank Aceh Syariah.....	65

4.1.3 Produk dan Layanan Bank Aceh Syariah.....	65
4.2 Pengujian Instrumen.....	76
4.2.1 Pilot Test.....	76
4.2.2 Uji Validitas.....	79
4.2.3 Uji Reliabilitas.....	82
4.3 Analisis Statistik Deskriptif.....	83
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	87
4.4.1 Uji Normalitas.....	87
4.4.2 Uji Multikolinearitas.....	88
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	89
4.4.4 Uji Autokorelasi.....	90
4.5 Analisis Regresi Berganda.....	92
4.5.1 Koefisien Determinasi.....	94
4.6 Pengujian Hipotesis.....	95
4.6.1 Uji-F.....	95
4.6.2 Uji-t.....	96
4.7 Interpretasi Hasil Penelitian.....	99
4.7.1 Pengaruh Kepatuhan Syariah (<i>sharia compliance</i>) Terhadap Kepuasan Nasabah.....	99
4.7.2 Pengaruh Jaminan Syariah (<i>sharia assurance</i>) Terhadap Kepuasan Nasabah.....	100
4.7.3 Pengaruh Keandalan Syariah (<i>sharia reliability</i>) Terhadap Kepuasan Nasabah.....	102
4.7.4 Pengaruh Bukti Fisik (<i>sharia tangibles</i>) Terhadap Kepuasan Nasabah.....	103
4.7.5 Pengaruh Empati Syariah (<i>sharia emphaty</i>) Terhadap Kepuasan Nasabah.....	104
4.7.6 Pengaruh Ketanggapan Syariah (<i>sharia responsiveness</i>) Terhadap Kepuasan Nasabah.....	105
4.7.7 Pengaruh Kualitas Pelayanan Model CARTER Terhadap Kepuasan Nasabah.....	107

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan.....	109
5.2 Saran.....	112

DAFTAR PUSTAKA.....	114
----------------------------	------------

TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan
dan Kebudayaan

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

1. Konsonan

No	Arab	Latin	No	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ط	t}
2	ب	B	17	ظ	Z
3	ت	T	18	ع	‘
4	ث	S	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	H	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Ž	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	S	29	ي	Y
15	ض	D			

2. Vocal

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

a. Vokal Tunggal

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

Tanda	Nama	Huruf Latin
◌َ	<i>Fatḥah</i>	a
◌ِ	<i>Kasrah</i>	i
◌ُ	<i>Dammah</i>	u

b. Vokal Rangkap

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

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
◌َ ي	<i>Fatḥah</i> dan ya	ai
◌ُ و	<i>Fatḥah</i> dan wau	au

Contoh:

كيف : *kaifa*

هول : *hauila*

3. Maddah

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

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

Contoh:

قَالَ : *qāla*
رَمَى : *ramā*
قِيلَ : *qīla*
يَقُولُ : *yaqūlu*

4. Ta Marbutah (ة)

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

a. Ta marbutah (ة) hidup

Ta marbutah (ة) yang hidup atau mendapat harkat *fatḥah*, *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:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ	: <i>rauḍah al-atfāl/ rauḍatul atfāl</i>
الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ	: <i>al-Madīnah al-Munawwarah/ al-Madīnatul Munawwarah</i>
طَلْحَة	: <i>Talḥah</i>

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	:Agam Suherman
NIM	:140603027
Fakultas/Prodi	:Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
Judul	:Analisis Kualitas Pelayanan Dengan Model CARTER Dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Banda Aceh
Pembimbing I	:Dr. Azharsyah, SE.,Ak.,M.S.O.M
Pembimbing II	:Evy Iskandar, SE.,M.Si.,Ak.,CA.,CPAI
Kata Kunci	:Kualitas Pelayanan, Model CARTER, Kepuasan Nasabah

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menganalisis kualitas pelayanan yang telah diterapkan oleh Bank Aceh Syariah yang diukur dengan menggunakan Model CARTER yang terdiri dari enam dimensi yaitu prinsip kepatuhan syariah (*compliance*), prinsip jaminan (*assurance*), keandalan (*reliability*), bukti fisik (*tangibles*), empati (*emphaty*), dan ketanggapan (*responsiveness*) serta melihat pengaruh Model CARTER terhadap kepuasan nasabah. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan angket/kuesioner dengan menggunakan populasi seluruh nasabah Bank Aceh Syariah dan sampel yang dipilih sebanyak 100 responden berdasarkan rumus *slovin* dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *convenience sampling*. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda (*multiple regression analysis*) dengan menggunakan bantuan *software* IBM SPSS versi 22. Hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa kualitas pelayanan keandalan (*reliability*) dan ketanggapan (*responsiveness*) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan kepatuhan syariah (*compliance*), jaminan (*assurance*), bukti fisik (*tangibles*), dan empati (*emphaty*) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Secara keseluruhan, Model CARTER memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai sebesar 52,1%.

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	29
Tabel 2.2 Sumber Komponen Variabel Yang Diteliti.....	36
Tabel 3.1 Pembagian Komponen Dimensi CARTER.....	47
Tabel 3.2 Skala Likert.....	50
Tabel 4.1 Hasil Pilot Test.....	77
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas.....	80
Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas.....	83
Tabel 4.4 Hasil Analisis Statistik Deskriptif.....	84
Tabel 4.5 Hasil Uji Normalitas.....	87
Tabel 4.6 Hasil Uji Multikolinearitas.....	88
Tabel 4.7 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	90
Tabel 4.8 Hasil Uji Run Test.....	91
Tabel 4.9 Analisis Regresi Linier Berganda.....	92
Tabel 4.10 Hasil Perhitungan Koefisien Determinasi.....	94
Tabel 4.11 Hasil Uji F.....	95
Tabel 4.12 Hasil Uji t.....	96

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	39
------------------------------------	----

DAFTAR SINGKATAN

ATM	: Anjungan Tunai Mandiri
BAS	: Bank Aceh Syariah
BPD	: Bank Pembangunan Daerah
BPRS	: Bank Pembiayaan Rakyat Syariah
BUS	: Bank Umum Syariah
CARTER	: <i>Compliance, Assurance, Reliability, Tangibles, Emphaty, dan Responsiveness</i>
KC	: Kantor Cabang
MEPS	: <i>Malaysian Exchange Payment System</i>
OJK	: Otoritas Jasa Keuangan
Perda	: Peraturan Daerah
PT	: Perseroan Terbatas
RUPSLB	: Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa
SERVQUAL	: <i>Service Quality</i>
SIMPEDA	: Simpanan Pembangunan Daerah
TAG	: Tabungan Aneka Guna
TASPEN	: Tabungan dan Asuransi Pensiun
UJKS	: Unit Jasa Keuangan Syariah
UUS	: Unit Usaha Syariah
VIF	: <i>Variance Inflation Factor</i>

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	119
Lampiran 2 Jawaban Responden.....	125
Lampiran 3 Uji Validitas.....	133
Lampiran 4 Uji Reliabilitas.....	142
Lampiran 5 Statistik Deskriptif.....	143
Lampiran 6 Koefisien Determinasi.....	143
Lampiran 7 Uji Simultan (uji F).....	144
Lampiran 8 Uji Parsial (uji t).....	144
Lampiran 9 Analisis Regresi Linier Berganda.....	145
Lampiran 10 Uji Multikolinearitas.....	145
Lampiran 11 Uji Heteroskedastisitas.....	146
Lampiran 12 Uji Autokorelasi.....	147
Lampiran 13 Uji Normalitas.....	147
Riwayat Hidup Penulis.....	148

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Bank adalah suatu badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat sebagaimana yang dimaksud dalam UU No. 21 Tahun 2008. Bank dapat menggunakan salah satu sistem kegiatan usaha yaitu konvensional atau syariah. Bank yang menggunakan sistem syariah harus menjalankan kegiatan usaha yang tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah termasuk dalam menghimpun dana maupun menyalurkan dana ke masyarakat dalam bentuk pembiayaan.

Bank merupakan salah satu entitas bisnis yang berorientasi pada *profit*, namun berbeda dengan bank syariah yang dituntut untuk tidak hanya mencari keuntungan semata (*profit oriented*) tanpa mempertimbangkan fungsi dan tujuannya sebagai sebuah entitas bisnis syariah yang berlandaskan pada konsep Al Quran dan sunnah (*maqasid syari'ah*). Bank syariah yang merupakan lembaga intermediasi juga ikut berperan dalam penyaluran dana masyarakat dan menyalurkannya pada sektor riil dengan kombinasi produk yang ditawarkan sesuai dengan syariah (Cahyani, 2009).

Dewasa ini perbankan syariah di Indonesia terus mengalami perkembangan yang cukup pesat, dapat dilihat dengan semakin bertambahnya jumlah Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha

Syariah (UUS), dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Jumlah BUS yang semula ada 3 (tiga) pada tahun 2006 menjadi 12 (dua belas) hingga akhir tahun 2015, UUS yang semula berjumlah 20 (dua puluh) pada tahun 2006 menjadi 22 (dua puluh dua) hingga akhir tahun 2015, serta BPRS yang semula berjumlah 105 (seratus lima) pada tahun 2006 menjadi 161 (seratus enam puluh satu) hingga akhir tahun 2015. Perkembangan ini juga berakibat kepada semakin meningkatnya jumlah aset, pembiayaan dan simpanan dana pihak ketiga (DPK) perbankan syariah di Indonesia dari tahun 2006 hingga akhir tahun 2015 yang meliputi jumlah aset dari Rp 27,6 Triliun menjadi Rp 296,2 Triliun, jumlah pembiayaan dari Rp 21,1 Triliun menjadi Rp 212,9 Triliun, serta jumlah DPK dari Rp 21,2 Triliun menjadi Rp 215,3 Triliun (Statistik Perbankan Syariah, 2015).

Selama sepuluh tahun terakhir menunjukkan bahwa perbankan syariah di Indonesia mengalami pertumbuhan yang baik namun tidak disertai dengan pangsa pasarnya (*market share*) yang sampai dengan 2016 masih berkisar sekitar 5,3% (Afrianto, 2017). Wahyuningsih (2014) telah melakukan penelitian dan menyatakan bahwa salah satu langkah yang dapat dilakukan perbankan syariah untuk meningkatkan *market share* adalah dengan mengakuisisi nasabah bank konvensional yang pada akhirnya juga akan memberikan dampak bagi keuntungan yang diterima oleh bank tersebut.

Pada dasarnya keuntungan yang diperoleh bank sepenuhnya berasal dari para nasabahnya, sehingga hal ini menunjukkan bahwa institusi perbankan akan berfokus untuk bisa memperoleh jumlah nasabah yang lebih banyak lagi dalam rangka meningkatkan pangsa pasarnya. Mengingat perbankan merupakan perusahaan yang menawarkan jasa kepada para konsumen, maka cara yang dapat dilakukan oleh perbankan untuk bisa meningkatkan jumlah konsumen atau nasabah adalah dengan memberikan kualitas layanan yang lebih baik lagi bagi kepuasan para nasabahnya.

Kualitas layanan merupakan suatu bentuk penilaian yang dilakukan oleh para konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*expected service*). Meningkatkan kualitas pelayanan merupakan cara yang dapat dilakukan perbankan dalam memenangkan persaingan dengan kompetitor yang ada untuk memuaskan serta menjaga loyalitas para nasabah. Memberikan kualitas pelayanan yang bagus bagi para nasabah merupakan hal yang penting bagi kelangsungan hidup dan keberhasilan dalam industri perbankan, sehingga penilaian yang benar dari kualitas layanan ini akan menjadi hal yang sangat penting bagi bank, dan dalam hal ini akan berlaku teori gap antara persepsi dari para nasabah dengan kualitas layanan yang diberikan (Wahyuningsih, 2014).

Metode pengukuran kualitas layanan yang umumnya digunakan oleh perbankan konvensional untuk mengukur kualitas

pelayanan yang diberikannya adalah metode *Service Quality* (*servqual*) didasarkan pada “Gap Model” yang dikembangkan oleh Parasuraman, et al. (1988, 1991, 1993, 1994) yaitu ada lima dimensi meliputi *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Emphaty*. Uraian kelima dimensi yang ada ini masih bersifat general (pengukuran kualitas untuk bank konvensional), sehingga kurang cocok dan perlu dimodifikasi untuk diterapkan di perbankan syariah yaitu dengan menambahkan unsur kepatuhan syariah (*syariah compliance*) yang menunjukkan bahwa operasionalnya harus sesuai dengan hukum Islam di samping mengikuti prinsip-prinsip ekonomi.

Othman dan Owen (2001) mengembangkan suatu model penilaian kualitas pelayanan perusahaan jasa untuk mengukur kualitas pelayanan jasa bagi perusahaan yang beroperasi dengan prinsip syariah terutama bagi perbankan syariah, model pengukuran kualitas pelayanan ini kemudian dikenal sebagai Model CARTER. Model CARTER ini merupakan model yang digunakan dalam hal untuk mengukur kualitas layanan pada perbankan syariah dengan enam dimensi yang meliputi *Compliance*, *Assurance*, *Reliability*, *Tangible*, *Emphaty*, dan *Responsiveness*.

Dimensi pertama yaitu *sharia compliance* yang berarti kepatuhan dalam menegakkan prinsip hukum Islam bagi bank syariah di samping prinsip ekonomi yang berlaku. Dimensi ke dua yaitu *sharia assurance* yang berarti jaminan yang diciptakan oleh bank syariah agar menumbuhkan rasa percaya kepada nasabahnya.

Dimensi ke tiga yaitu *sharia reliability* yang berarti kinerja bank syariah yang akurat dan terpercaya dalam pelayanan yang diterapkan. Dimensi ke empat yaitu *sharia tangibles* yang merupakan bukti fisik yang dimiliki oleh bank syariah dalam menyampaikan pelayanan untuk memenuhi kepuasan nasabahnya. Dimensi ke lima, *sharia empathy* yang merupakan sikap peduli dan perhatian yang diberikan oleh bank syariah kepada nasabahnya dalam menyampaikan pelayanan yang memuaskan. Dimensi terakhir yaitu *sharia responsiveness* yang merupakan daya tanggap bank syariah dalam menangani keluhan nasabahnya serta tanggap dalam memberikan informasi yang jelas.

Pada dasarnya metode CARTER ini memiliki banyak kesamaan dengan metode *servqual*. Perbedaan yang dapat dilihat antara metode SERVQUAL dan CARTER hanya terdapat pada dimensi *compliance* yang mengharuskan bank syariah menerapkan prinsip hukum Islam di samping prinsip-prinsip ekonomi yang berlaku.

Dengan semangat penegakan hukum Islam, perbankan syariah di Indonesia sekarang ini terus meningkatkan kualitas pelayanannya dalam memenuhi kepuasan nasabah. Bank Aceh Syariah (BAS) yang sudah dikonversi menjadi bank syariah sepenuhnya pada tahun 2016, merupakan BUS yang sahamnya dimiliki oleh Pemerintah Kabupaten/Kota sebesar 36,88% dengan jumlah modal disetor sebesar Rp 371 Milyar dan sisanya sebesar Rp 635 Milyar dimiliki oleh Pemerintah Provinsi Aceh, dengan

porsi kepemilikan oleh Pemerintah Kota Banda Aceh sebesar 0,40% dengan modal disetor sebesar Rp 4 Miliar. Adanya konversi yang baru saja dilakukan menyebabkan banyak hal yang harus diperbaharui oleh BAS termasuk KC Banda Aceh agar bisa memberikan kualitas pelayanan yang baik dalam memuaskan nasabahnya.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti ingin mengkaji lebih lanjut lagi apakah kualitas pelayanan yang diberikan BAS sudah mampu memenuhi kepuasan nasabahnya. Penelitian ini mencoba untuk memberikan kontribusi bagi BAS dalam meningkatkan kualitas pelayanan demi kepuasan nasabahnya dengan menggunakan Model CARTER yang meliputi enam dimensi penilaian yaitu *Compliance*, *Assurance*, *Reliability*, *Tangible*, *Emphaty*, dan *Responsiveness*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan paparan dari latar belakang masalah di atas, maka yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh *sharia compliance* terhadap kepuasan nasabah BAS KC Banda Aceh ?
2. Bagaimana pengaruh *sharia assurance* terhadap kepuasan nasabah BAS KC Banda Aceh ?
3. Bagaimana pengaruh *sharia reliability* terhadap kepuasan nasabah BAS KC Banda Aceh ?

4. Bagaimana pengaruh *sharia tangibles* terhadap kepuasan nasabah BAS KC Banda Aceh ?
5. Bagaimana pengaruh *sharia empathy* terhadap kepuasan nasabah BAS KC Banda Aceh ?
6. Bagaimana pengaruh *sharia responsiveness* terhadap kepuasan nasabah BAS KC Banda Aceh ?
7. Bagaimana pengaruh variabel CARTER terhadap kepuasan nasabah BAS KC Banda Aceh ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis kualitas pelayanan yang terdiri dari enam dimensi yaitu *sharia compliance*, *sharia assurance*, *sharia reliability*, *sharia tangibles*, *sharia empathy*, dan *sharia responsiveness* dan pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah BAS KC Banda Aceh.

1.4 Manfaat Penelitian

Pada bagian ini peneliti berharap agar penelitian ini bisa memberikan berbagai manfaat bagi beberapa pihak yang terkait dengan penelitian ini, di antaranya:

1. Bagi Bank Aceh Syariah KC Banda Aceh dengan hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan untuk dapat terus meningkatkan pelayanan jasa sesuai prinsip syariah demi kepuasan nasabah.

2. Bagi Akademisi dan mahasiswa hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi tambahan referensi tentang pelayanan perbankan syariah di Indonesia dengan menggunakan model CARTER.
3. Bagi peneliti lainnya hasil penelitian ini diharapkan bisa menambah wawasan mengenai tingkat kualitas pelayanan dengan model CARTER yang diterapkan oleh BAS.

1.5 Sistematika Pembahasan

Susunan sistematika pembahasan dalam penulisan tentang analisis tingkat kualitas pelayanan BAS dengan model CARTER dapat penulis uraikan sebagai berikut:

Bab Satu yang merupakan pendahuluan yang meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika pembahasan sesuai judul skripsi ini.

Bab Dua merupakan landasan teori dan pengembangan hipotesis yang berisi tentang pemahaman konsep bank syariah secara umum, pemahaman konsep pelayanan jasa, pemahaman kualitas pelayanan bank, pemahaman model CARTER, konsep kepuasan pelanggan, selain itu juga terdapat penelitian terdahulu, kerangka berfikir serta hipotesis penelitian.

Bab Tiga merupakan metode penelitian yang menjelaskan rencana dan prosedur penelitian yang dilakukan untuk menjawab permasalahan yang telah dirumuskan. Pada bab ini akan memaparkan tentang jenis penelitian, populasi dan sampel penelitian, data dan teknik pengumpulannya, variabel-variabel

penelitian, skala pengukuran, uji coba instrumen, uji asumsi klasik, metode analisis data, serta pengujian hipotesis.

Bab Empat merupakan hasil penelitian dan pembahasan yang memuat deskripsi obyek penelitian, hasil analisis serta pembahasan secara mendalam tentang hasil temuan dan menjelaskan implikasinya. Pada bab ini akan memaparkan profil objek penelitian, pengujian dan hasil analisis data, serta pembuktian hipotesis dan pembahasan dari hasil analisis data dalam penelitian yang dilakukan.

Bab Lima merupakan penutup yang meliputi kesimpulan dari hasil penelitian, keterbatasan penelitian, dan juga saran yang diberikan bagi penelitian selanjutnya.

BAB II

LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1 Konsep Bank Syariah

2.1.1 Pengertian Bank Syariah

Perbankan adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya sebagaimana yang dimaksud dalam pasal 1 angka 1 Undang-Undang No. 10 Tahun 1998. Menurut Susanto (2008) yang dimaksud dengan bank ialah berupa badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan untuk meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

Bank syariah sebenarnya lebih menjurus kepada masalah keyakinan berupa penolakan terhadap unsur riba, ketidakadilan dan moralitas dalam melakukan pembiayaan terhadap suatu kegiatan usaha. Penerapan bunga yang dilakukan sebagai landasan operasional perbankan konvensional, dianggap sebagai bentuk transaksi riba yang dalam agama Islam sudah jelas-jelas sangat dilarang. Bunga diyakini mengandung unsur riba karena dalam sistem bunga terdapat unsur ketidakadilan (Sulham dan Siswanto, 2008).

2.1.2 Peran dan Fungsi Bank Syariah

Peran bank syariah pada dasarnya sama dengan bank umum lainnya, di mana bank syariah juga memiliki peran yang cukup

strategis dalam kegiatan pembangunan. Menurut Abdullah (2006) peran strategis tersebut antara lain:

- a. Lembaga keuangan yang sangat penting dalam menjalankan kegiatan perekonomian dan perdagangan.
- b. Menjadi tempat penyimpanan dana yang aman bagi perusahaan, badan-badan pemerintahan dan swasta maupun perorangan.
- c. Melayani kegiatan perkreditan dan berbagai jasa keuangan yang dapat melayani kebutuhan pembiayaan serta meluncurkan pelaksanaan sistem pembiayaan bagi semua sektor perekonomian.
- d. Melancarkan arus barang dan jasa dari produsen ke konsumen.
- e. Sebagai pemasok dari sebagian uang yang beredar yang dipergunakan sebagai alat tukar atau pembayaran sehingga diharapkan dapat mendukung berjalannya kebijakan moneter.

Kemudian Abdullah (2006) juga mengatakan bahwa fungsi bank syariah pada dasarnya juga sama dengan bank umum lainnya yaitu:

- a. Memobilisasi tabungan masyarakat baik domestik maupun asing.
- b. Menyalurkan dana tersebut secara efektif pada kegiatan-kegiatan usaha yang produktif dan menguntungkan secara

finansial, dengan tetap memperhatikan kegiatan usaha tersebut tidak termasuk yang dilarang oleh syariah.

- c. Melakukan fungsi regulator, turut mengatur mekanis penyaluran dana ke masyarakat sesuai kebijakan Bank Indonesia, sehingga dapat mengendalikan aktivitas moneter yang sehat dan terhindar dari inflasi.
- d. Menjembatani keperluan pemanfaatan dana dari pemilik modal dan pihak yang memerlukan, sehingga uang dapat berfungsi untuk melancarkan perekonomian khususnya dan pembangunan umumnya.
- e. Menjaga amanah yang dipercayakan kepadanya sebagai lembaga keuangan yang berdasarkan prinsip syariah.

2.1.3 Jenis dan Kegiatan Usaha Bank Syariah

Pada dasarnya bank syariah terdiri dari BUS dan BPRS, perbedaan antara keduanya hanya terletak pada pemberian jasa dalam lalu lintas pembayaran. BPRS dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran, sedangkan BUS dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Sehingga dari perbedaan tersebut menunjukkan bahwa BPRS tidak diperkenankan menerbitkan rekening giro, kegiatan kliring, inkaso, dan jasa lainnya di bidang lalu lintas pembayaran. Bank umum juga mempunyai Unit Usaha Syariah (UUS) yang merupakan unit kerja di kantor pusat dari bank umum konvensional yang memiliki fungsi sebagai kantor induk dari kantor cabang syariah atau unit syariah. Pada dasarnya sistem UUS sama dengan BUS, perbedaannya hanya

terletak pada status pendirian sistem syariahnya. Di mana BUS status sistem syariahnya bersifat independen dan tidak bernaung di bawah sistem bank konvensional, sedangkan UUS statusnya bersifat tidak independen dan masih bernaung di bawah aturan dari manajemen bank umum konvensional.

2.2 Konsep Pelayanan Jasa

2.2.1 Pengertian Pelayanan Jasa

Jasa merupakan salah satu produk yang ditawarkan oleh perusahaan dalam kegiatan bisnis kepada para konsumennya. Salah satu karakteristik yang membedakan jasa dari produk lainnya adalah sifatnya yang tidak berwujud (*intangible*). Dengan kata lain, jasa juga dapat diartikan sebagai aktivitas, manfaat, atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual.

Selain itu juga banyak ahli yang mendefinisikan jasa dengan pandangan yang berbeda. Gaspersz (1997) mengatakan bahwa jasa merupakan suatu hasil yang diciptakan melalui aktivitas dalam keterkaitan antara pemasok dan pelanggan dan melalui aktivitas internal pemasok, untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Yoeti (2001) menyatakan bahwa jasa merupakan suatu produk yang tidak nyata (*intangible*) dari hasil kegiatan timbal balik antara pemberi jasa (*producer*) dan penerima jasa (*customer*) melalui suatu atau beberapa aktivitas untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

Dinamika yang terjadi pada sektor jasa terlihat dari perkembangan di berbagai industri jasa seperti pada perbankan,

asuransi, penerbangan, telekomunikasi, retail, pariwisata, dan perusahaan-perusahaan jasa profesional seperti kantor akuntan, konsultan, dan pengacara. Selain itu, terlihat juga dari semaraknya organisasi nirlaba, seperti lembaga swadaya masyarakat, lembaga pemerintah, rumah sakit, dan universitas yang saat ini semakin menyadari perlunya elemen jasa pada produknya sebagai upaya peningkatan keunggulan persaingan (*competitive advantage*) pada bisnisnya (Cahyani, 2009).

2.2.2 Karakteristik Jasa

Menurut Berry L.L (1991) ada empat karakteristik jasa yang membedakannya dengan barang, keempat karakteristik tersebut meliputi:

a. Tidak Berwujud (*intangible*)

Jasa pada dasarnya memiliki sifat *intangibility* yang berarti tidak dapat dilihat, dirasa, dicium, didengar dan juga diraba sebelum dibeli dan dikonsumsi oleh konsumen jasa. Berbeda dengan barang yang pada dasarnya mempunyai wujud atau bentuk yang bisa dimiliki. Meskipun demikian, sebagian besar jasa juga bisa berhubungan dan didukung oleh produk fisik seperti telepon dalam jasa telekomunikasi, makanan dalam jasa restoran, dan lain sebagainya.

Pada dasarnya seseorang tidak bisa menilai kualitas suatu jasa sebelum ia mengkonsumsinya sendiri. Meskipun dengan membeli suatu jasa konsumen tidak berarti memilikinya, namun ada manfaat yang nyata dirasakan oleh konsumen tersebut seperti

jasa potong rambut yang menunjukkan konsumen tidak memilikinya, namun ada manfaat yang nyata dirasakan oleh konsumen tersebut.

b. Tidak Terpisahkan (*inseparability*)

Jasa tak terpisahkan (*service inseparability*) menunjukkan bahwa jasa tidak dapat dipisahkan dari penyediannya, baik penyediannya itu manusia atau mesin. Jika karyawan jasa menyediakan jasa untuk para pelanggan, maka karyawan tersebut adalah bagian dari jasa itu sendiri.

Berbeda dengan barang yang pada umumnya diproduksi dan dijual, kemudian dikonsumsi terlebih dahulu, jasa harus diciptakan dan digunakan habis pada saat bersamaan seperti jasa perawatan tubuh di salon selalu diproduksi langsung ketika pelanggan datang.

c. Keragaman Jasa (*variability*)

Jasa bersifat sangat beranekaragam karena jasa mempunyai sifat sangat variabel yang merupakan *non-standardized output* yang artinya mempunyai banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis, tergantung pada siapa, kapan, dan di mana jasa tersebut dihasilkan.

Jasa memiliki karakteristik *variability* yang membuat setiap unit jasa berbeda dari unit-unit lain yang menghasilkan jasa yang sama tersebut, misalnya seperti pekerjaan order reparasi seorang montir mobil tidak sama kualitasnya antara satu order dengan yang lainnya.

d. Tidak tahan lama (*perishability*)

Jasa tidak dapat disimpan untuk tujuan penjualan atau pemakaian yang mendatang dan juga tidak tahan lama. Dalam hal ini terdapat pengecualian pada kasus tertentu jasa dapat disimpan dan bertahan lama seperti dalam pemesanan (misalnya reservasi tiket pesawat dan kamar hotel), peningkatan permintaan terhadap suatu jasa ketika permintaan sepi (misalnya asuransi). Sebagai contohnya, ketika jasa asuransi dibeli oleh pelanggan, kemudian jasa tersebut terlebih dahulu ditahan oleh perusahaan asuransi hingga saat dibutuhkan oleh pemegang polisnya. Oleh karena itu, hal ini bisa dianggap sebagai suatu bentuk penyimpanan.

2.3 Kualitas Pelayanan Bank

2.3.1 Definisi Kualitas Pelayanan Bank

Kualitas pelayanan bank merupakan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat jasa yang diberikan oleh bank agar sesuai dengan ekspektasi dari para pelanggan. Maka kualitas jasa dapat diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan (Tjiptono, 2005).

Menurut Wyckof dalam Lovelock (1988) menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan (*excellence*) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Sedangkan menurut Parasuraman, et al., (1985) kualitas jasa merupakan perbandingan antara layanan yang dirasakan (persepsi) konsumen

dengan kualitas layanan yang diharapkan konsumen. Jika kualitas layanan yang dirasakan sama dengan kualitas layanan yang diharapkan, maka layanan dikatakan berkualitas dan memuaskan, sedangkan jika kualitas layanan yang dirasakan lebih atau melampaui dari kualitas yang diharapkan oleh konsumen, maka layanan tersebut dikatakan pelayanan yang ideal, dan sebaliknya jika kualitas layanan yang diberikan kurang atau lebih rendah dari kualitas yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk. Implikasi baik buruknya kualitas pelayanan jasa ini tergantung kepada kemampuan dari penyedia jasa dalam hal untuk memenuhi harapan konsumennya secara konsisten.

Berdasarkan dari berbagai definisi menurut para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan merupakan keunggulan yang dirasakan oleh para konsumen suatu perusahaan jasa. Dalam hal ini yang dimaksud adalah nasabah bank dalam menilai tingkat kualitas pelayanan yang diterimanya dari tawaran-tawaran produk perbankan tersebut.

Menurut Kotler (1994) kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan, yang menunjukkan bahwa citra kualitas yang baik bukan berdasarkan sudut pandang atau persepsi dari pihak penyedia jasa, melainkan berdasarkan dari sudut pandang atau persepsi para pelanggan.

2.3.2 Dimensi Kualitas Pelayanan Bank

Para ahli memiliki pandangan dalam mengembangkan beberapa model kualitas pelayanan jasa. Model tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut (Peter, 2003) :

- a. *Gronross perceived service quality model* yang diperkenalkan oleh gronross. Pendekatan yang dilakukan dalam model ini adalah dengan mengukur harapan kualitas layanan (*expected quality*) dengan pengalaman kualitas layanan yang diterima (*experienced quality*) dan antara kualitas teknis (*technical quality*) dengan kualitas fungsi (*functional quality*). Titik fokus dalam perbandingan itu menggunakan citra organisasi (*corporate image*) pemberi jasa.

Dalam model ini kualitas pelayanan bank syariah dapat dinilai dengan mengukur harapan dan pengalaman nasabah yang memfokuskan pada citra bank syariah yang beroperasi sesuai dengan prinsip syariah. Kualitas pelayanan bank syariah yang baik dalam model ini ketika operasionalnya selalu sesuai prinsip syariah sebagaimana yang diharapkan nasabahnya.

- b. *Normann's Service Management Sistem*. Model ini dikembangkan oleh Normann's (1992:45) yang menyatakan bahwa pada dasarnya jasa itu ditentukan oleh partisipasi dari para pelanggan suatu organisasi jasa, dan juga evaluasi terhadap kualitas layanan tergantung pada

interaksi dengan para pelanggan. Sistem manajemen pelayanan bertitik tolak pada budaya dan filosofi yang ada dalam suatu organisasi jasa.

Dalam model ini kualitas pelayanan bank syariah bergantung pada partisipasi para nasabahnya bukan pada budaya yang terdapat di bank syariah tersebut dan kemudian mengevaluasi kualitas pelayanan bank syariah tersebut berdasarkan hubungan baik yang telah dibangun dengan nasabahnya.

- c. *Service Performance Model (SERPERF Model)*, model yang satu ini dikembangkan oleh Cranin dan Taylor yang mengukur tingkat kualitas suatu layanan dengan membandingkan apa yang diharapkan oleh pelanggan (*expectation*) dengan ukuran kerja (*performance*) yang diberikan oleh perusahaan jasa dan derajat kepentingan (*importance*) yang dikehendaki oleh pelanggan (Tjiptono, 1999: 99).

Dalam model ini kualitas pelayanan bank syariah dinilai berdasarkan perbandingan yang dilakukan antara harapan nasabah dengan kinerja dari bank syariah tersebut. Kualitas pelayanan bank syariah dianggap baik ketika kinerja yang diterapkan telah sesuai dengan yang diharapkan oleh nasabahnya.

Beberapa pakar di bidang pemasaran seperti Parasuraman, Zeithalm, dan Berry (1990) melakukan berbagai penelitian khusus terhadap beberapa jenis jasa dan mengidentifikasi sebanyak 10 faktor yang mempengaruhi kualitas jasa yang biasa disebut sebagai dimensi kualitas antara lain yaitu:

- a. *Reliability*, mencakup dua hal pokok yaitu konsistensi kerja (*performance*) dan kemampuan untuk dipercaya (*dependability*).
- b. *Responsiveness*, yaitu kemauan para karyawan untuk memberikan jasa yang dibutuhkan pelanggan.
- c. *Tangibles*, yaitu bukti fisik dari jasa, bisa berupa fasilitas fisik, peralatan yang dipergunakan, dan representasi fisik dari jasa.
- d. *Security*, yaitu aman dari bahaya, resiko, atau keraguan. Aspek ini meliputi keamanan secara fisik, finansial, dan kerahasiaan.
- e. *Credibility*, yaitu sifat jujur dan dapat dipercaya. Kredibilitas mencakup nama perusahaan, reputasi perusahaan, karakteristik pribadi, contact personel, dan interaksi dengan pelanggan.
- f. *Communication*, artinya memberikan informasi kepada pelanggan dalam bahasa yang dapat mereka pahami serta selalu mendengar keluhan dan saran pelanggan.
- g. *Understanding knowing the Costume*, yaitu usaha untuk memahami kebutuhan pelanggan.

- h. *Competence*, yaitu setiap orang dalam perusahaan memiliki keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan agar dapat memberikan jasa tertentu.
- i. *Access*, meliputi kemudahan untuk dihubungi atau ditemui.
- j. *Courtesy*, meliputi sikap sopan santun, perhatian dan keramahan yang dimiliki para contact person.

Berdasarkan kepada sepuluh dimensi kualitas layanan di atas menurut Parasuraman, et al., (1995) terdapat beberapa dimensi yang saling tumpang tindih, sehingga ia menyimpulkan sebanyak lima dimensi kualitas layanan yang lebih sederhana lagi bahkan model ini umumnya dijadikan sebagai pengukuran kualitas pelayanan dalam suatu perusahaan. Kelima dimensi tersebut antara lain:

- a. *Tangibles* (bukti fisik), yaitu kemampuan yang dimiliki oleh suatu perusahaan dalam hal untuk 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 tersebut. Hal ini meliputi fasilitas fisik seperti gedung, gudang, dan lain-lain, perlengkapan dan peralatan atau teknologi yang digunakan, serta penampilan para pegawainya.
- b. *Reliability* (keandalan), yaitu kemampuan yang dimiliki oleh suatu perusahaan untuk memberikan berbagai

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

- c. *Responsiveness* (daya tanggap), yaitu suatu kebijakan perusahaan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsif*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.
- d. *Assurance* (jaminan), yaitu pengetahuan, kesopanan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.
- e. *Empathy* (empati), para pekerja mampu menjalin komunikasi interpersonal dan memahami kebutuhan pelanggan. Oleh karena itu, perusahaan hendaknya memiliki pengertian dan juga pengetahuan tentang para pelanggannya secara spesifik termasuk didalamnya waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan tersebut.

2.4 Model CARTER

Model CARTER merupakan salah satu model yang dikembangkan oleh Abdul Qawi Othman dan Lynn Owen (2001) untuk mendefinisikan dan mengukur layanan kualitas perbankan Islam dan berguna sebagai alat penilaian kualitas. Model ini dibentuk karena model SERVQUAL kurang cocok diterapkan bagi perbankan syariah yang dikarenakan terdapat unsur *sharia*

compliance yang harus diemban oleh perbankan syariah dalam menjalankan operasionalnya sebagai bank yang menerapkan prinsip Islam disamping juga mengikuti prinsip-prinsip ekonomi. Oleh karena itu, jika model SERVQUAL hanya menggunakan lima dimensi dalam pengukuran kualitas jasa (*assurance, reliability, tangible, empathy, dan responsiveness*), maka pada model CARTER menggunakan enam dimensi dalam pengukurannya dengan menambahkan unsur kepatuhan syariah (*sharia compliance*) sehingga model ini terdiri dari *sharia compliance, sharia assurance, sharia reliability, sharia tangible, sharia empathy, dan sharia responsiveness*.

Keenam dimensi tersebut kemudian dijabarkan lebih lanjut sebagai berikut:

a. *Sharia Compliance* (kepatuhan syariah)

Sharia compliance (kepatuhan syariah) adalah kemampuan untuk memenuhi hukum Islam dan beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip ekonomi dan perbankan Islam (Othman dan Owen, 2001). Dimensi *sharia compliance* menunjukkan kemampuan bank syariah dalam memenuhi prinsip-prinsip syariah yang berlaku dalam menjalankan seluruh operasionalnya. Hal ini dapat dilihat dengan tidak adanya pembayaran riba atau bunga baik dalam produk tabungan maupun pembiayaannya. Kemudian tidak melakukan investasi pada kegiatan yang diharamkan dalam Islam seperti usaha perdagangan minuman keras, judi, dan prostitusi. Selain itu dimensi ini menuntut bank syariah hanya melakukan

kegiatan yang halal atau diperbolehkan dalam prinsip Islam dalam seluruh kegiatan operasionalnya.

Pengetahuan karyawan tentang syariah akan meningkatkan kepatuhan mereka terhadap perintah dan larangan, kepatuhan hanya melakukan kegiatan yang halal dan meninggalkan yang haram, sehingga dengan demikian dapat menciptakan kepribadian yang penuh moral dan etika.

b. Sharia Assurance (jaminan syariah)

Kotler (1997), Lupiyoadi (2001), serta Othman dan Owen (2001) mengacu definisi *assurance* yang dikemukakan oleh Parasuraman et. all. (1998) yang berarti pengetahuan dan kesopanan karyawan, serta kemampuan mereka untuk menumbuhkan rasa percaya pelanggan kepada perusahaan. Dengan adanya pengetahuan dan kesopanan para karyawan dapat menimbulkan etika komunikasi baik yang diperlukan perusahaan, sehingga ketika dalam menawarkan produk mereka tidak melakukan manipulasi dan tidak berbicara bohong yang dapat menumbuhkan kepercayaan dari nasabahnya.

Peningkatan kepercayaan nasabah kepada bank syariah akan memudahkan karyawannya dalam menginformasikan produk-produk atau jasa-jasanya kepada nasabah. Pada akhirnya nasabah juga akan membandingkan informasi yang ia dapat dengan pengalamannya setelah menggunakan jasa bank tersebut.

c. *Sharia Reliability* (keandalan syariah)

Sharia reliability (keandalan) merupakan kemampuan untuk memberikan jasa atau pelayanan sebagaimana yang dijanjikan dengan akurat dan terpercaya, sehingga nasabah akan memberikan kesan bahwa kinerja dari bank tersebut terjamin dan amanah, tepat, serta memberikan kemudahan-kemudahan bagi nasabahnya.

Kinerja bank syariah pada dasarnya harus sesuai dengan yang diharapkan oleh nasabahnya seperti dengan ketepatan waktu, memberikan pelayanan yang sama bagi setiap nasabah, selalu amanah dan terjamin, serta sikap yang simpatik dan akurasi yang tinggi.

Keandalan pada dasarnya merupakan inti dari suatu kualitas jasa, karena nasabah akan melakukan penilaian dari pengalaman mereka dalam menggunakan jasa bank syariah. Oleh karena itu, bank syariah harus mampu dalam menyediakan jasa yang telah dipublikasikannya secara andal dan akurat.

d. *Sharia Tangibles*

Sharia tangibles (bukti fisik) adalah penampilan fisik, peralatan, personel dan materi komunikasi serta dapat juga berkenaan dengan kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal (Lupiyoadi, 2000). Bukti fisik merupakan tampilan fisik dari bank syariah yang akan menunjukkan identitasnya sekaligus sebagai pendorong awal dalam menciptakan persepsi nasabah terhadap bank tersebut.

Kemampuan sarana dan prasarana serta penampilan merupakan bukti fisik bank syariah yang dapat diandalkan sebagai pelayanan baik yang diberikan kepada nasabahnya, seperti dengan kelengkapan fasilitas fisik (gedung, teknologi, dan lain-lain). Bukti fisik lainnya juga harus ditunjukkan oleh penampilan dari para karyawannya dalam hal berbusana sesuai syar'i, ini juga merupakan bagian yang penting menurut Islam.

Pada dasarnya profesionalitas dari bank syariah dapat dilihat dengan tampilan bukti fisik yang dimiliki, karena hal ini memiliki konsekuensi bagi bank syariah yang akan dianggap belum profesionalitas ketika belum mampu menampilkan bukti fisik dalam penyampaian jasanya kepada nasabah. Oleh sebab itu, bank syariah harus mengkreasi bentuk fisik yang dimiliki dalam menunjang operasionalnya sehingga para nasabah akan merasa nyaman dan percaya dengan bank tersebut. Hal lainnya yang juga dapat menunjang operasional bank syariah adalah fasilitas yang dimilikinya seperti ketersediaan ATM, fasilitas ruang tunggu yang nyaman, jaringan internet yang mendukung, gedung yang nyaman dan bersih, dan lainnya akan memudahkan dalam bertransaksi untuk nasabahnya.

e. *Sharia Emphaty* (empati syariah)

Sharia empathy adalah kesediaan untuk peduli, memberikan perhatian pribadi bagi pelanggan. Menurut Lupiyoadi (2001), pemberian perhatian yang tulus dan bersifat pribadi, termasuk berupaya memahami keinginan konsumen adalah termasuk dalam

empathy. Bank syariah diharapkan memiliki pengertian serta pengetahuan yang tinggi tentang nasabahnya, memahami kebutuhan nasabah dengan spesifik, dan memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi nasabahnya.

Bank syariah dalam menjalankan operasionalnya harus memberikan perhatian yang khusus disertai dengan sikap komunikatif dan kepekaan terhadap kebutuhan nasabahnya. Hal ini merupakan salah satu wujud kepatuhan bank syariah terhadap perintah Allah dalam menyediakan jasa agar selalu peduli dengan kondisi dan kebutuhan nasabahnya.

f. Sharia Responsiveness (ketanggapan syariah)

Sharia responsiveness (daya tanggap) adalah kemampuan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat ditambahkan dengan pemberian informasi yang jelas (Lupiyoadi, 2001). Dalam prinsip Islam mengajarkan bahwa bank syariah dalam memberikan pelayanan yang baik harus memiliki komitmen yang tinggi, sehingga ketika tidak dapat ditepati maka berisiko akan ditinggalkan oleh nasabahnya.

Dimensi *sharia responsiveness* yang paling penting adalah dengan kemampuan yang dimiliki oleh bank syariah dalam membantu nasabahnya dengan tanggap dan tepat. Hal ini dapat dilihat ketika bank syariah mampu menyelesaikan keluhan-keluhan nasabahnya dengan tanggap dan tepat akan berpengaruh kepada kepuasan nasabahnya tersebut.

Pada dasarnya daya tanggap merupakan salah satu bagian dari profesionalitas, sehingga bank syariah yang profesionalitas akan memiliki komitmen yang tinggi untuk terus memberikan pelayanan yang terbaik bagi nasabahnya, memperhatikan harapan serta masukan dan senantiasa merespon dengan cepat dan tepat, sehingga hal itu akan menciptakan kepuasan bagi para nasabahnya.

2.5 Konsep Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan perasaan akhir pelanggan dari mengonsumsi suatu produk (barang/jasa) yang ditawarkan suatu organisasi. Pada umumnya pelanggan akan melakukan penilaian berdasarkan pengalaman yang diterima dari mengonsumsi suatu produk dengan menimbulkan perasaan puas atau tidak puas. Heskett (1994) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan itu merupakan suatu nilai pelayanan yang diterima oleh pelanggan melalui kualitas pelayanan yang telah diciptakan oleh perusahaan.

Menurut Kotler (1999) kepuasan pelanggan merupakan nilai perasaan seseorang melalui pengalamannya dengan membandingkan antara kinerja yang ia terima dengan harapannya. Harapan pelanggan merupakan hal yang menyebabkan mengapa pelayanan dari dua organisasi yang sama dapat memiliki nilai yang berbeda bagi pelanggannya. Oleh sebab itu, harapan seseorang pelanggan akan suatu kinerja memiliki nilai yang penting dalam mewujudkan kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan perusahaan.

Kualitas pelayanan yang diterapkan oleh suatu perusahaan akan menjadi nilai pelayanan yang kemudian pada akhirnya akan mempengaruhi/tidak terhadap kepuasan pelanggannya. Penilaian yang dilakukan oleh pelanggan ini kemudian dapat dihubungkan dengan model CARTER yang akan menunjukkan pengaruhnya terhadap kepuasan yang akan diterima oleh pelanggan.

2.6 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian yang sebelumnya untuk mendukung penelitian ini antara lain:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Jenis Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Wahyu ningsih (2014)	Tingkat Kualitas Pelayanan Dengan Model CARTER Studi BPD DIY Syariah	<i>Importance Performance Analysis</i>	Penelitian ini dilakukan untuk melihat tingkat kualitas pelayanan yang diterapkan oleh BPD DIY Syariah dengan Model CARTER yang terdiri dari 32 komponen dari semua variabel CARTER. Dari hasil penelitian menunjukkan terdapat 6 komponen yang belum mampu memenuhi harapan pelanggan dan perlu dilakukan perbaikan yang meliputi “Akad/kesepakatan sesuai dengan syari’at Islam”, dengan nilai kenyataan 3,81 dan nilai

				harapan 4,44. “Ketersediaan ATM”, dengan nilai kenyataan 3,29 dan nilai harapan sebesar 4,50. “Penambahan <i>teller</i> pada jam sibuk”, dengan nilai kenyataan 3,63 dan nilai harapan sebesar 4,40. “Memberikan pelayanan tepat waktu sesuai yang dijanjikan”, dengan nilai kenyataan 3,76 dan nilai harapan sebesar 4,44. “Respon <i>customer service</i> dalam menanggapi keluhan nasabah”, dengan nilai kenyataan 3,88 dan nilai harapan sebesar 4,44. “Jam operasional bank yang sesuai bagi nasabah”, dengan nilai kenyataan 3,91 dan nilai harapan sebesar 4,41.
2.	Hasan (2006)	Pengaruh Kualitas Jasa Bank Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Semarang	<i>Explanatory Survey</i>	Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan 34 komponen CARTER dan melihat pengaruhnya terhadap kepuasan para nasabahnya. Hasilnya menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja kualitas jasa dimensi <i>responsiveness</i>, <i>assurance</i>, dan

				<i>compliance</i> secara individual terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat Indonesia Cabang Semarang, sedangkan untuk variabel <i>reliability</i>, <i>tangibles</i>, dan <i>emphaty</i> tidak terdapat pengaruh yang signifikan.
3.	Putri Dwi Cahyani (2009)	Analisis Kualitas Jasa Pada Bisnis Perbankan Syariah Berdasarkan Model CARTER Pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Surakarta	<i>Metode Kuantitatif Dengan Model Desain Survei</i>	Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui kriteria yang mempengaruhi nasabah dalam melakukan transaksi di Bank Muamalat, mengetahui tingkat kepuasan nasabah Bank Muamalat berdasarkan Model CARTER serta untuk mengetahui besarnya pengaruh faktor-faktor kualitas jasa Model CARTER terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semua variabel CARTER memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah BMI Cabang Surakarta.
4.	Dani Rohmat i dan Sunan	Implementasi Kualitas Pelayanan Pendekatan	<i>Explanatory Survey</i>	Penelitian ini bersifat <i>explanatory survey</i> yang mencoba untuk menjelaskan hubungan

	Fanani (2016)	CARTER Dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan UJKS Koperasi Karyawan		dari setiap variabel CARTER terhadap kepuasan para anggota Unit Jasa Keuangan Syariah (UJKS) Koperasi Karyawan dan hasilnya menunjukkan variabel <i>tangibles</i> , <i>reliability</i> , <i>responsiveness</i> , <i>assurance</i> , dan <i>emphaty</i> memiliki nilai F hitung sebesar 1.792 dengan nilai signifikan lebih besar dari 0,05 ($\alpha = 5\%$) yang artinya tidak berpengaruh secara simultan terhadap anggota koperasi karyawan UJKS tersebut, sedangkan variabel <i>reliability</i> dan <i>responsiveness</i> memiliki pengaruh secara parsial terhadap kepuasan anggotanya.
5.	Siska Febriana Ali Lamien (2017)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Batam	<i>Metode Kuantitatif Dengan Teknik Observasi Kuesioner</i>	Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan 18 komponen CARTER dan melihat pengaruhnya terhadap kepuasan para nasabahnya. Hasilnya menunjukkan bahwa variabel <i>compliance</i> , <i>reliability</i> , <i>tangibles</i> , <i>emphaty</i> , dan <i>responsiveness</i> memiliki nilai t hitung yang lebih

				besar dari t tabel, sehingga kelima variabel tersebut dianggap memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri Batam. Sedangkan variabel <i>assurance</i> memiliki nilai t hitung yang lebih kecil dari t tabelnya, sehingga disimpulkan bahwa variabel <i>assurance</i> tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabahnya.
--	--	--	--	--

Berdasarkan Tabel 2.1 di atas, hasil penelitian yang dilakukan oleh Wahyuningsih (2014) yang bersifat *importance performance analysis* dengan menggunakan diagram kartesius untuk menentukan variabel-variabel yang perlu diperbaiki serta menggunakan sebanyak 32 komponen yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan BPD DIY Syariah dikategorikan baik, namun masih terdapat beberapa kekurangan dari kualitas pelayanan yang telah diterapkannya dan salah satunya pada variabel *compliance* yang seharusnya bisa diterapkan lebih baik lagi mengingat ini merupakan ciri khas dari bank syariah.

Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Hasan (2006) yang bersifat *explanatory survey* untuk menjelaskan hubungan setiap variabel CARTER terhadap kepuasan nasabah dengan

menggunakan 34 komponen, hasilnya menunjukkan hanya terdapat tiga variabel (*responsiveness*, *assurance*, *compliance*) yang memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah BMI Cabang Semarang, sehingga BMI Cabang Semarang perlu meningkatkan keandalan, sikap perhatian, dan bukti fisik dalam kualitas pelayanannya untuk meningkatkan kepuasan nasabah.

Penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh Putri Dwi Cahyani (2009) dengan model *Desain Survei* yaitu penyelidikan yang dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor dari gejala yang ada dan mencari keterangan secara faktual terhadap suatu kelompok atau daerah. Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa setiap variabel CARTER memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah BMI Cabang Surakarta.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Dani Rohmati dan Sunan Fanani (2016) yang bersifat *explanatory survey* untuk menjelaskan hubungan setiap variabel CARTER terhadap kepuasan anggota UJKS Koperasi Karyawan dari kualitas pelayanan yang telah diterapkan. Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan dari kualitas pelayanan yang telah diterapkan hanya variabel *reliability* dan *responsiveness* yang memiliki pengaruh terhadap kepuasan anggotanya, sehingga perlu menerapkan kualitas pelayanan yang lebih baik lagi terutama dari segi *compliance* sebagai citra bank syariah.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Siska Febriana Ali Lamen (2017) yang bersifat *Observasi Kuesioner* dengan tujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh dari kualitas pelayanan dengan model CARTER terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri Batam. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Purposive Sampling* yaitu teknik pengambilan sampel dengan menggunakan kriteria tertentu. Kriteria yang digunakan dalam pengambilan sampel penelitian ini adalah nasabah yang menggunakan produk perbankan syariah di enam Bank Syariah Mandiri yang ada di Batam, meliputi Bank Syariah Mandiri Batamindo, Bank Syariah Mandiri Batam Center, Bank Syariah Mandiri Nagoya, Bank Syariah Mandiri Botania, Bank Syariah Mandiri Bengkong, dan Bank Syariah Mandiri Batu Aji. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *compliance*, *reliability*, *tangibles*, *emphaty*, dan *responsiveness* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri Batam, sedangkan variabel *assurance* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabahnya.

Perbedaan penelitian ini terletak pada tujuan dan arah yang dilakukan bersifat deskriptif untuk menggambarkan pengaruh ke enam dimensi CARTER terhadap kepuasan nasabah. Selain itu, penelitian ini juga dilakukan dengan menggunakan 35 komponen dari enam dimensi CARTER dan dengan objek penelitian pada BAS KC Banda Aceh. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah nasabah BAS KC Banda Aceh baik yang menabung maupun

memperoleh pembiayaan dengan teknik pengambilan sampelnya secara *convenience* sampling. Demi keberlangsungan penelitian ini, penulis menggunakan komponen dari dimensi CARTER yang bersumber dari beberapa peneliti sebelumnya. Untuk lebih jelasnya komponen tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 2.2 Sumber Komponen Variabel Yang Diteliti

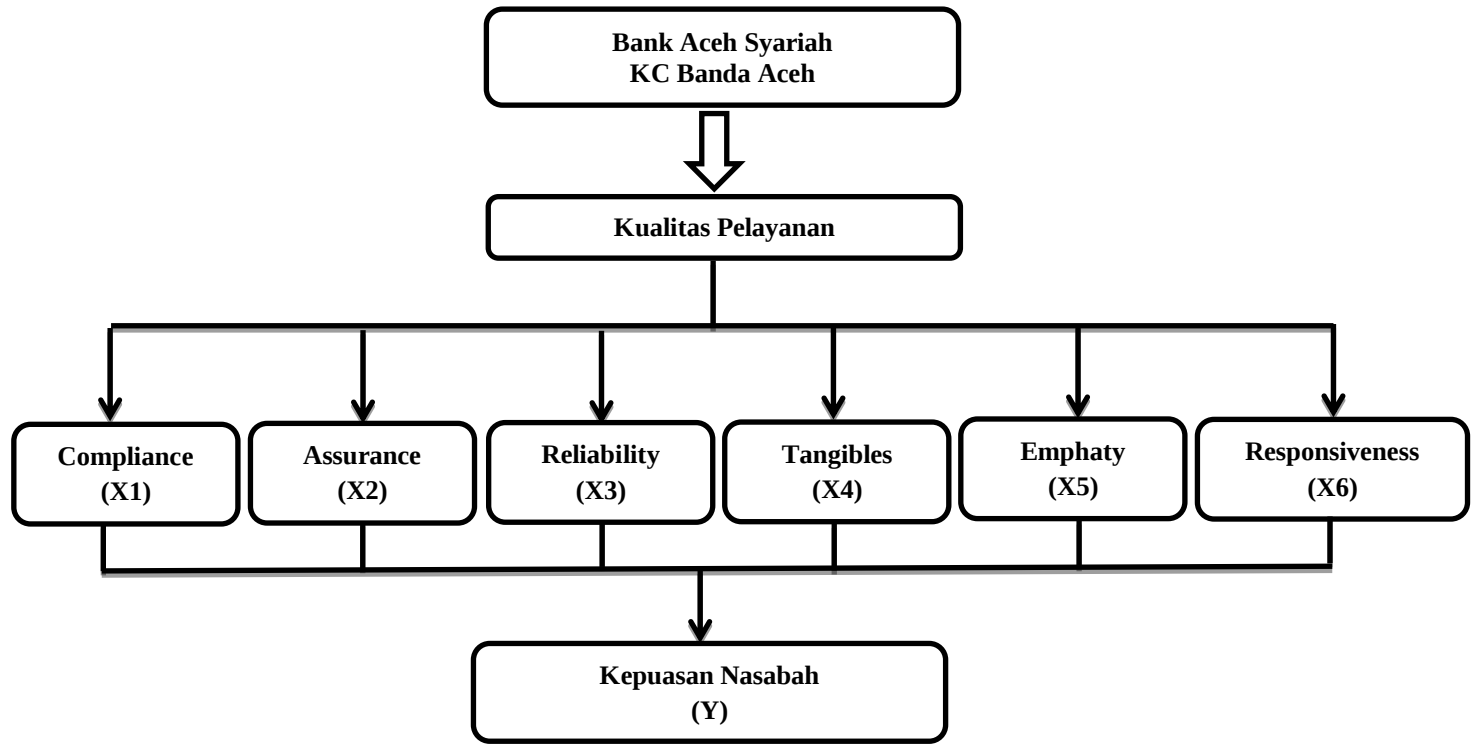
No.	Peneliti	Komponen
1.	Wahyuningsih (2014)	Akad/kesepakatan sesuai dengan syariat Islam
		Menjalankan amanah yang dipercaya oleh nasabah
		Memberikan pinjaman bebas bunga
		Tidak menggunakan sistem bunga pada tabungan
		Menyediakan bagi hasil pada produk investasi
		Karyawan bersikap sopan pada nasabah
		Nasabah merasa aman dalam melakukan transaksi
		Karyawan mempunyai pengetahuan untuk menjawab pertanyaan nasabah
		Karyawan mampu dalam menyelesaikan pekerjaannya tanpa melakukan kesalahan
		Kemudahan nasabah dalam memperoleh informasi rekening
		Adanya penambahan karyawan pada jam sibuk
		Memberikan pelayanan tepat waktu sesuai dijanjikan
		Kemampuan karyawan dalam memecahkan masalah nasabah
		Ketepatan dalam melakukan pencatatan transaksi nasabah

		Fasilitas ruang tunggu yang nyaman
		Loket pelayanan yang bersih dan nyaman
		Penggunaan sistem antrian digital yang baik
		Jumlah mesin ATM yang memadai
		Kesamaan perlakuan terhadap nasabah
		Selalu menjaga hubungan baik dengan nasabah
		Keamanan dalam bertransaksi yang terjamin bagi nasabah
		Penggunaan Bahasa yang tidak menyakiti nasabah
		Karyawan teliti dalam memberikan pelayanan
		Kecepatan pelayanan karyawan terhadap nasabah
		Kemauan para karyawan dalam membantu nasabah
		Karyawan selalu memberikan respon yang baik dalam menanggapi keluhan nasabah
		Kualitas ATM yang baik
		Penggunaan teknologi secara baik dalam operasional bank
2.	Putri Dwi Cahyani (2009)	Menyediakan saran-saran/nasehat keuangan bagi nasabah
		Peletakan brosur, slip setoran dan penarikan yang tertata dengan baik
		Waktu (jam) layanan yang optimal
		Area parker yang tersedia sudah memadai
		Karyawan memberikan perhatian yang baik kepada nasabah dalam bertransaksi
		Nasabah merasa dimudahkan dengan layanan e-banking
		Mempunyai cabang yang tersedia dengan cukup

2.7 Kerangka Berfikir

Penelitian ini akan dilakukan di Bank Aceh Syariah (BAS) KC Banda Aceh yang terletak di Jl. T. Hasan Dek, Kelurahan Beurawe, Kecamatan Kuta Alam, Banda Aceh. BAS KC Banda Aceh merupakan nomor dua dengan jumlah nasabah penyimpan dana terbanyak dibandingkan dengan kabupaten/kota lainnya setelah Lhokseumawe dengan jumlah nasabah penyimpan dana pada produk giro sebanyak 6.004, produk tabungan sebanyak 120.750, dan produk deposito sebanyak 933 nasabah.

Alur pemikiran dalam penelitian akan melihat kualitas pelayanan BAS KC Banda Aceh yang ditinjau dari dimensi *sharia compliance*, *sharia assurance*, *sharia reliability*, *sharia tangibles*, *sharia empathy*, dan *sharia responsiveness* serta melihat apakah keenam dimensi tersebut memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabahnya. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 2.1 di bawah ini:



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan Gambar 2.1 di atas, penelitian ini akan melihat kualitas pelayanan yang telah diterapkan oleh BAS KC Banda Aceh yang diukur dengan menggunakan model CARTER. Selanjutnya penelitian ini akan melihat pengaruh masing-masing dari ke enam dimensi CARTER terhadap kepuasan nasabah dengan melakukan Uji-t (Uji Parsial), kemudian melihat pengaruh dari keseluruhan variabel CARTER terhadap kepuasan nasabah dengan melakukan Uji-F (uji simultan) dengan menggunakan bantuan *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) versi 22.

2.8 Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan kemungkinan jawaban sementara dari persoalan yang dihadapi dalam penelitian ini yang kebenarannya masih lemah atau bersifat dugaan (Santosa, 2010). Berdasarkan deskripsi teoritis dan penelitian yang relevan serta kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

- H₁ : *Sharia compliance* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.
- H₂ : *Sharia assurance* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.
- H₃ : *Sharia reliability* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.
- H₄ : *Sharia tangibles* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

- H₅ : *Sharia emphaty* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.
- H₆ : *Sharia responsiveness* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.
- H₇ : Variabel CARTER berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Dalam penulisan karya ilmiah ini, penulis menggunakan jenis penelitian kuantitatif (*quantitative methods*) yaitu dengan menganalisa secara matematis untuk melihat sejauh mana tingkat kualitas pelayanan yang telah diterapkan oleh BAS KC Banda Aceh dengan model CARTER dan melihat pengaruh ke enam dimensi (*compliance, assurance, reliability, tangibles, empathy, dan responsiveness*) terhadap kepuasan nasabahnya. Kemudian pendekatan penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan terjun langsung ke objek penelitian untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan dengan cara menyebarkan berbagai pertanyaan yang berbentuk kuesioner kepada responden (nasabah BAS KC Banda Aceh). Selanjutnya tujuan dan arah dalam penelitian yang digunakan bersifat deskriptif untuk menggambarkan bagaimana pengaruh kualitas pelayanan BAS KC Banda Aceh dengan model CARTER terhadap kepuasan nasabahnya.

3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

3.2.1 Populasi Penelitian

Menurut Arikunto (2002) populasi adalah keseluruhan subjek penelitian sehubungan dengan wilayah penelitian atau sumber data yang dijadikan sumber penelitian. Populasi dalam

penelitian ini adalah nasabah BAS KC Banda Aceh yang menggunakan jasa bank tersebut baik menyimpan dana maupun yang meminjam dana pada bank ini. Jumlah populasi nasabah BAS KC Banda Aceh adalah sebesar 127.687 orang.

3.2.2 Sampel Penelitian

Sampel merupakan bagian dari populasi dengan karakteristik yang hendak diteliti yang dianggap telah mewakili populasi secara keseluruhan. Dalam menentukan besaran sampel penelitian dari populasi tersebut dengan memakai Rumus Slovin (Umar, 2004), sehingga jumlah sampelnya sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = Besarnya sampel

N = Populasi (127.687 orang nasabah)

e = Tingkat *error* (dalam penelitian ini 10%)

$$\begin{aligned} n &= \frac{127.687}{1 + 127.687(0,1)^2} \\ &= 99,921 \text{ atau } 100 \text{ orang} \end{aligned}$$

3.2.3 Teknik Pengambilan Sampel

Menurut Sekaran (2003) teknik pengambilan sampel merupakan proses yang dilakukan dalam memilih sejumlah sampel dari populasi yang dituju dalam penelitian. Sampel yang dipilih dengan proses tersebut dianggap telah dapat mewakili populasi penelitian secara keseluruhan.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode *non probability sampling* yaitu pengambilan sampel yang diambil dari sebuah populasi yang tidak membuka kemungkinan peluang semua individu di dalam populasi untuk menjadi sampel (Sugiyama, 2008). Jenis dari teknik yang digunakan adalah *convenience sampling*. Menurut Nawawi (2001) *convenience sampling* adalah teknik yang dalam pengambilan sampelnya tidak ditetapkan lebih dahulu namun langsung mengumpulkan data dari unit *sampling* yang ditemuinya, setelah jumlahnya mencukupi pengumpulan datanya dihentikan. *Convenience sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang dilakukan berdasarkan faktor spontanitas. Teknik ini mengambil beberapa sampel dengan secara tidak sengaja yang bertemu dengan peneliti di tempat objek penelitian yaitu di BAS KC Banda Aceh.

3.3 Data dan Teknik Pengumpulan Data

3.3.1 Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh langsung dari para responden. Data primer merupakan data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung di lapangan oleh peneliti dalam melakukan penelitiannya. Dalam penelitian ini data primer diperoleh langsung dari jawaban para responden terhadap berbagai pertanyaan yang telah diajukan pada kuesioner yang disebar kepada para responden.

Selain dari data primer, peneliti juga akan menggunakan data sekunder dari berbagai sumber untuk kelengkapan data dalam melakukan penelitian ini. Data sekunder menurut Tjiptono (2001) merupakan data yang diperoleh dalam bentuk sudah jadi, sudah dikumpulkan serta diolah oleh pihak lain dengan tujuan tertentu dan bukan demi kepentingan penelitian yang sedang dilakukan oleh peneliti. Data sekunder di sini diperoleh selain dari para responden yaitu dari jurnal, surat kabar (koran), laporan keuangan yang disediakan perusahaan, akses lewat internet dan dari sumber lainnya yang berkaitan dengan kualitas pelayanan BAS.

3.3.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah penelitian lapangan (*field research*) yang akan dilakukan dengan langsung terjun lapangan terhadap objek penelitian dalam hal untuk memperoleh dan mengumpulkan data. Dalam mengumpulkan data yang berkaitan dengan objek kajian penelitian ini dilakukan dengan menggunakan instrumen berupa angket/kuesioner. Angket/kuesioner merupakan instrument untuk mengumpulkan data dengan menyerahkan daftar pertanyaan yang akan diisi oleh responden (nasabah BAS). Jawaban yang diberikan oleh responden bersifat tertutup karena tidak adanya alternatif dalam memberikan jawaban oleh para responden dan hanya terbatas pada jawaban yang telah disediakan oleh peneliti.

3.4 Variabel Penelitian

3.4.1 Variabel Bebas (independen)

Variabel bebas dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan dengan menggunakan 6 dimensi CARTER. Menurut Othman & Owen (2001) model CARTER merupakan suatu pengukuran yang digunakan dalam mengukur kualitas pelayanan pada perbankan syariah yang terdiri dari 6 dimensi, yaitu:

- a. *Sharia compliance*, merupakan kemampuan untuk memenuhi hukum Islam dan beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip ekonomi dan perbankan Islam.
- b. *Sharia assurance*, merupakan pengetahuan dan kesopanan karyawan, serta kemampuan mereka untuk menumbuhkan rasa percaya pelanggan kepada perusahaan.
- c. *Sharia reliability*, merupakan kemampuan untuk memberikan jasa atau pelayanan sebagaimana yang dijanjikan dengan akurat dan terpercaya, sehingga nasabah akan memberikan kesan bahwa kinerja dari bank terjamin dan amanah, tepat, serta memberikan kemudahan bagi nasabahnya.
- d. *Sharia tangibles*, merupakan penampilan fisik, peralatan, personel dan materi komunikasi serta juga dapat berkenaan dengan kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal.
- e. *Sharia empathy*, merupakan kesediaan untuk peduli, memberikan perhatian pribadi bagi pelanggan.

- f. *Sharia responsiveness*, merupakan kemampuan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat ditambahkan dengan pemberian informasi yang jelas.

Penelitian ini menggunakan sebanyak 35 komponen dari keenam dimensi CARTER tersebut seperti yang telah disebutkan pada bab dua (Tabel 2.2). Dengan menggunakan 35 komponen yang bersumber dari berbagai peneliti sebelumnya, kemudian peneliti membagi ke 35 komponen tersebut ke dalam kelompok sebagai berikut:

Tabel 3.1 Pembagian Komponen Dimensi CARTER

No.	Dimensi	Komponen
1.	Compliance (x_1)	Akad/kesepakatan sesuai dengan syariat Islam ($x_{1.1}$)
		Menjalankan amanah yang dipercaya oleh nasabah ($x_{1.2}$)
		Memberikan pinjaman bebas bunga ($x_{1.3}$)
		Tidak menggunakan sistem bunga pada tabungan ($x_{1.4}$)
		Menyediakan bagi hasil pada produk investasi ($x_{1.5}$)
2.	Assurance (x_2)	Karyawan bersikap sopan pada nasabah ($x_{2.1}$)
		Nasabah merasa aman dalam melakukan transaksi ($x_{2.2}$)
		Karyawan mempunyai pengetahuan untuk menjawab pertanyaan nasabah ($x_{2.3}$)
		Karyawan mampu menyelesaikan pekerjaannya tanpa melakukan kesalahan ($x_{2.4}$)
		Kemudahan nasabah dalam memperoleh informasi rekening ($x_{2.5}$)

		Menyediakan saran-saran/nasehat keuangan bagi nasabah ($x_{2.6}$)
		Keamanan dalam bertransaksi yang terjamin bagi nasabah ($x_{2.7}$)
3.	Reliability (x_3)	Adanya penambahan teller pada jam sibuk ($x_{3.1}$)
		Memberikan pelayanan tepat waktu sesuai yang dijanjikan ($x_{3.2}$)
		Kemampuan dalam memecahkan masalah nasabah ($x_{3.3}$)
		Ketepatan dalam melakukan pencatatan transaksi nasabah ($x_{3.4}$)
		Waktu (jam) layanan yang optimal ($x_{3.5}$)
		Kualitas ATM yang baik ($x_{3.6}$)
4.	Tangible (x_4)	Fasilitas ruang tunggu yang nyaman ($x_{4.1}$)
		Loket pelayanan yang bersih dan nyaman ($x_{4.2}$)
		Penggunaan sistem antrian digital yang baik ($x_{4.3}$)
		Jumlah mesin ATM yang memadai ($x_{4.4}$)
		Penggunaan teknologi secara baik dalam operasional bank ($x_{4.5}$)
		Peletakan brosur, slip setoran dan penarikan yang tertata dengan baik ($x_{4.6}$)
		Area parkir yang tersedia sudah memadai ($x_{4.7}$)
5.	Emphaty (x_5)	Kesamaan perlakuan terhadap nasabah ($x_{5.1}$)
		Selalu menjaga hubungan baik dengan nasabah ($x_{5.2}$)
		Karyawan memberikan perhatian yang baik kepada nasabah dalam bertransaksi ($x_{5.3}$)
		Penggunaan bahasa yang tidak menyakiti nasabah ($x_{5.4}$)
		Nasabah merasa dimudahkan dengan layanan e-banking ($x_{5.5}$)

6.	Responsive ness (x_6)	Karyawan teliti dalam memberikan pelayanan ($x_{6.1}$)
		Kecepatan pelayanan karyawan terhadap nasabah ($x_{6.2}$)
		Kemauan para karyawan dalam membantu nasabah ($x_{6.3}$)
		Karyawan selalu memberikan respon yang baik dalam menanggapi keluhan nasabah ($x_{6.4}$)
		Mempunyai cabang yang tersedia dengan cukup ($x_{6.5}$)

3.4.2 Variabel Terikat (dependen)

Variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan nasabah (*customer satisfaction*). Menurut Kotler (1999) kepuasan pelanggan merupakan nilai perasaan seseorang melalui pengalamannya dengan membandingkan antara kinerja yang ia terima dengan harapannya.

3.5 Skala Pengukuran

Dalam melakukan penelitian, peneliti menggunakan skala likert yang berguna untuk mengukur sikap, pendapat, pengaruh, serta pengaruh dan persepsi tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2009). Skala likert digunakan untuk mengukur jawaban dari responden terhadap kuesioner yang disebarkan dengan memberikan alternatif jawaban dari 1 sampai 5 dengan ketentuan sebagai berikut:

Tabel 3.2 Skala Likert

Skor Jawaban	Makna Jawaban
1	Sangat tidak setuju
2	Tidak setuju
3	Netral
4	Setuju
5	Sangat setuju

Sumber: (Sugiyono, 2009)

3.6 Uji Coba Instrumen

Uji coba dalam suatu penelitian dilakukan guna untuk mengetahui kesahihan (*validitas*) dan juga keandalan (*reliabilitas*). Angket/kuesioner yang sebelumnya telah dibentuk kemudian dilakukan uji validitas guna untuk mendapatkan instrumen yang benar-benar valid. Selain itu juga dilakukan uji reliabilitas guna untuk memastikan bahwa instrument yang dibentuk dapat diandalkan untuk melanjutkan penelitian yang akan dilakukan.

Sebelum peneliti melakukan penyebaran kuesioner kepada para responden yang dituju, peneliti melakukan uji coba (*pilot testing*) terlebih dahulu terhadap instrumen peneltian yang akan digunakan. *Pilot testing* adalah uji coba instrument penelitian kepada bagian dari populasi yang bukan sampel untuk mengetahui instrumen tersebut dapat dipahami atau tidak oleh responden yang akan dituju (Gulo, 2007).

Pilot testing ini akan dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada 30 responden. Jumlah ini dipilih melihat bahwa pada umumnya kebanyakan penelitian yang telah dilakukan menggunakan *pilot testing* ini dengan jumlah responden paling sedikit 30 orang mengingat bahwa belum ada teori yang menetapkan jumlah responden untuk *pilot testing*. *Pilot testing* ini dimaksudkan untuk melihat sejauh mana para responden dapat mengerti dan memahami komponen-komponen kuesioner yang akan peneliti sebarakan demi keberlangsungan penelitian.

3.6.1 Uji Validitas

Menurut Singarimbun (1995) validitas merupakan instrumen yang digunakan untuk mengukur sejauh mana alat ukur dapat mengukur apa yang ingin diukur. Validitas ini pada dasarnya digunakan untuk melihat kesamaan antara yang terkumpul dengan data yang sebenarnya terjadi dalam objek penelitian, sehingga data yang diperoleh benar-benar valid. Menurut Ghazali (2012) 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 positif, maka pertanyaan yang diuji dikatakan valid. 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.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan instrument yang digunakan dalam penelitian guna untuk mengetahui sejauh mana hasil dari suatu pengukuran dapat relative konsisten meskipun pengukuran tersebut dilakukan berulang kali (Singarimbun, 1995). 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* (α) (Ghozali, 2012). Kriteria penilaian uji reliabilitas yang digunakan tersebut 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.

3.7 Uji Asumsi Klasik

3.7.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah variabel residual atau pengganggu dalam model regresi berdistribusi secara normal. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan Uji Kolmogrov-Smirnov dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut (Ghozali, 2012):

- a. Jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka data dikatakan berdistribusi secara normal.

- b. Jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka data dikatakan tidak berdistribusi secara normal.

3.7.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah terdapat korelasi antar variabel bebas (independen) dalam suatu model regresi. Suatu model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel independennya. Uji multikolinearitas dapat dilakukan dengan melihat besaran dari *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance Value* dengan kriteria sebagai berikut (Ghozali, 2012):

- a. Jika $VIF > 10$ atau *Tolerance value* $< 0,10$ maka terjadi multikolinearitas.
- b. Jika $VIF < 10$ atau *Tolerance value* $> 0,10$ maka tidak terjadi multikolinearitas.

3.7.3 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.

3.7.4 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode t_1 (sebelumnya) dalam suatu model regresi linier. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Pengujian autokorelasi dapat dilakukan dengan menggunakan *Run Test* (Janie, 2012).

Run Test merupakan bagian dari statistik non parametrik yang dapat digunakan dalam menguji apakah terdapat korelasi yang tinggi antar residual. Jika antar residual tersebut tidak terdapat hubungan korelasi, maka residual adalah acak atau *random*. *Run test* ini dilakukan untuk melihat apakah data residual terjadi secara *random* atau tidak (sistematis). *Run test* dapat diuji dengan membandingkan nilai probabilitas dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Jika nilai probabilitas lebih besar dari 0,05, maka residual bersifat random atau tidak terjadi autokorelasi antar nilai residual.
- b. Jika nilai probabilitas lebih kecil dari 0,05, maka residual bersifat sistematis (tidak random) atau terjadi autokorelasi antar nilai residual.

3.8 Metode Analisis Data

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan melakukan analisis secara kuantitatif yang dinyatakan dengan angka-angka yang dalam perhitungannya menggunakan metode statistik dibantu dengan program pengolah data statistik yaitu IBM SPSS versi 22.

3.8.1 Statistik Deskriptif

Secara umum Analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan besar kecilnya pengaruh tingkat variabel-variabel *dependen* dan *independen* dalam penelitian. Pada dasarnya yang dimaksud dengan analisis deskriptif adalah untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2013). Analisis deskriptif yang dilakukan dalam penelitian ini adalah menganalisis dan mendeskripsikan hasil data dari jawaban kuesioner yang telah disebarakan kepada para responden dalam penelitian ini.

3.8.2 Analisis Regresi Berganda

Untuk melihat pengaruh dari variabel independen (dimensi CARTER) terhadap variabel dependen (kepuasan nasabah), maka dilakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan analisis regresi linear berganda (*multiple regression analysis*). Adapun persamaan yang digunakan dalam analisa regresi linear berganda (Djarwanto, 2001), yaitu:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + e \quad (3.2)$$

Keterangan:

Y = Kepuasan nasabah

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

X1 = *Compliance*

X2 = *Assurance*

X3 = *Reliability*

X4 = *Tangibles*

X5 = *Emphaty*

X6 = *Responsiveness*

e = Variabel error

3.8.2.1 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghazali (2011) Uji Koefisien Determinasi (R^2) pada dasarnya digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah mulai dari nol sampai dengan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen cukup terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependennya.

3.9 Pengujian Hipotesis

Menurut Singgih (2010), hipotesis merupakan kemungkinan jawaban sementara dari persoalan yang dihadapi dalam penelitian ini, yang kebenarannya masih lemah sehingga harus diuji secara empiris. Uji hipotesis dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen (*compliance, assurance, reliability, tangibles, empathy, responsiveness*) terhadap variabel dependen (kepuasan nasabah) baik secara parsial maupun simultan.

Hipotesis dilihat dari kategori rumusannya dapat dibedakan menjadi dua bagian yaitu:

- a. Hipotesis awal (H_0) yaitu hipotesis yang menyatakan tidak ada pengaruh antara satu variabel dengan variabel lainnya.
- b. Hipotesis alternatif (H_a) yaitu hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh antara satu variabel dengan variabel lain.

3.9.1 Uji-t (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk menguji kebermaknaan koefisien regresi secara parsial antara pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) (Gujarati, 2003). Uji t dapat dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung terhadap nilai t tabel dengan kriteria sebagai berikut:

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

3.9.2 Uji-F (Uji Simultan)

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh seluruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). 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 Objek Penelitian

4.1.1 Sejarah Berdirinya Bank Aceh Syariah

Bank Aceh Syariah merupakan salah satu bank milik daerah yang berguna dalam hal untuk meningkatkan perekonomian masyarakat khususnya yang berada di Aceh. Bank ini didirikan pada tahun 1973 yang berpusat di kota Banda Aceh yang pada awalnya dikenal dengan nama PT. Bank Pembangunan Daerah Aceh (PT. BPD Aceh). Ide pendirian bank ini pada dasarnya dipelopori oleh Pemerintah Daerah dan tokoh masyarakat beserta tokoh-tokoh pengusaha swasta yang berada di Aceh yang memiliki pemikiran perlunya mendirikan suatu lembaga keuangan yang berbentuk bank dengan tujuan untuk membantu pemerintah dalam melaksanakan berbagai kegiatan perekonomian dan pembangunan di Aceh (Laporan Tahunan Bank Aceh Syariah, 2016).

Gagasan untuk mendirikan bank ini tercetus atas prakarsa dari Dewan Pemerintah Provinsi Nanggroe Aceh Darussalam. Setelah gagasan tersebut diterima dan mendapat persetujuan dari pihak Dewan Perwakilan Rakyat Daerah peralihan Provinsi Aceh dengan Surat Keputusan Nomor 7/DPRD/5 tanggal 7 September 1957, dengan modal dasar sebesar Rp 25.000.000 beberapa orang yang mewakili Pemerintah Daerah akhirnya menghadap Mula Pangihutan Tamboenan (wakil notaris saat itu) untuk mendirikan

suatu bank yang berbentuk Perseroan Terbatas yang dikenal dengan nama PT. Bank Kesejahteraan Atjeh NV (Laporan Tahunan Bank Aceh Syariah, 2016).

PT. Bank Kesejahteraan Aceh NV yang pada saat itu dipimpin oleh Teuku Djafar sebagai Direktur dan Komisaris yang terdiri dari Teuku Soelaiman Polem, Abdullah Bin Mohammad Hoesin, dan Moehammad Sanusi, akhirnya pada tanggal 2 Februari 1960 memperoleh izin dari Menteri Keuangan setelah beberapa kali perubahan Akte dengan Surat Keputusan No. 12096/BUM/II dan Pengesahan Bentuk Hukum dari Menteri Kehakiman dengan Surat Keputusan No. J.A.5/22/9 tanggal 18 Maret 1960. Selanjutnya semua bank milik Pemerintah Daerah yang sudah berdiri pada saat itu harus menyesuaikan diri dengan ketentuan yang berlaku setelah ditetapkannya Undang-Undang No. 13 Tahun 1962 tentang ketentuan-ketentuan Pokok Bank Pembangunan Daerah (Laporan Tahunan Bank Aceh Syariah, 2016).

Untuk memenuhi ketentuan yang berlaku maka pada tahun 1963 Pemerintah Daerah Provinsi Daerah Istimewa Aceh membuat suatu Peraturan Daerah (Perda) No. 12 Tahun 1963 sebagai dasar hukum yang digunakan dalam mendirikan Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh. Dalam Perda tersebut menegaskan bahwa Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh ini didirikan dengan tujuan untuk menyediakan pembiayaan bagi pelaksanaan usaha-usaha dalam rangka untuk menunjang pembangunan daerah yang lebih baik (Laporan Tahunan Bank Aceh Syariah, 2016).

Setelah sepuluh tahun berlalu, pada tanggal 7 April 1973 Gubernur Kepala Daerah Istimewa Aceh mengeluarkan sebuah Surat Keputusan No. 54/1973 tentang Penetapan Pelaksanaan Pengalihan PT. Bank Kesejahteraan Aceh NV menjadi Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh. Dengan adanya peralihan status ini yang berlangsung secara resmi pada tanggal 6 Agustus 1973 dalam segala bentuk mulai dari hukum, hak dan kewajiban dan yang lainnya, sehingga pada tanggal tersebut dianggap sebagai hari berdirinya Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh (Laporan Tahunan Bank Aceh Syariah, 2016).

Pada perkembangan selanjutnya Pemerintah Daerah Aceh berupaya untuk terus memberikan ruang gerak yang lebih luas bagi Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh dalam menjalankan operasionalnya sebagai bank milik daerah. Upaya yang dilakukan oleh Pemerintah Daerah dapat dilihat dengan adanya beberapa kali perubahan terhadap Peraturan Daerah (Perda) mulai dari Perda No. 10 Tahun 1974, Perda No. 6 tahun 1978, Perda No. 5 tahun 1982, Perda No. 8 tahun 1988, Perda No. 3 tahun 1993, dan perubahan terakhir terdapat pada Peraturan Daerah Provinsi Daerah Istimewa Aceh No. 2 Tahun 1999 pada tanggal 2 Maret 1999 tentang Perubahan Bentuk Badan Hukum Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh menjadi PT. Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh yang telah resmi disahkan oleh Menteri Dalam Negeri dengan Keputusan Menteri Dalam Negeri No. 584.21.343 tanggal 31 Desember 1999 (Laporan Tahunan Bank Aceh Syariah, 2016).

Latar belakang perubahan badan hukum ini karena adanya keikutsertaan Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh dalam menjalankan program rekapitalisasi yang berupa peningkatan permodalan bank yang ditetapkan. Adanya peningkatan permodalan bank yang ditetapkan ini telah resmi dilaksanakan dengan adanya Keputusan Bersama Menteri Keuangan Republik Indonesia beserta Gubernur Bank Indonesia No. 53/KMK.017/1999 dan Nomor 31/12/KEP/GBI tanggal 8 Februari 1999 tentang Pelaksanaan Program Rekapitalisasi Bank Umum. Hal ini kemudian ditindaklanjuti dengan adanya penandatanganan Perjanjian Rekapitalisasi yang dilakukan antara pihak Pemerintah Republik Indonesia, Bank Indonesia, dan PT. Bank Pembangunan Daerah Aceh di Jakarta pada tanggal 7 Mei 1999 (Laporan Tahunan Bank Aceh Syariah, 2016).

Perubahan bentuk badan hukum dari Perusahaan Daerah menjadi Perseroan Terbatas dengan nama PT. Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh (PT. Bank BPD Aceh) telah disahkan oleh Menteri Kehakiman RI dengan mengeluarkan Surat Keputusan Nomor C-8260 HT.01.01.TH.99 tanggal 6 Mei 1999, sehingga ditetapkan modal dasar PT. Bank BPD Aceh adalah sebesar Rp 150 milyar (Laporan Tahunan Bank Aceh Syariah, 2016).

Peningkatan modal dasar bank kembali dilakukan pada tahun 2008 dengan berdasarkan Akta Notaris Husni Usman tentang Pernyataan Keputusan Rapat No. 10 tanggal 15 Desember 2008 yang menunjukkan bahwa modal dasar bank ditingkatkan menjadi

Rp 1.500.000.000.000. Adanya peningkatan modal dasar ini disertai dengan berubahnya nama Perseroan dari PT. Bank BPD Aceh menjadi PT. Bank Aceh dan telah diresmikan oleh Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia No. AHU-44411.AH.01.02 Tahun 2009 pada tanggal 9 September 2009 dan telah disahkan oleh Keputusan Gubernur Bank Indonesia No.12/61/KEP.GBI/2010 tanggal 29 September 2010 (Laporan Tahunan Bank Aceh Syariah, 2016).

Pada tanggal 5 November 2004 perbankan di Indonesia mulai menjalankan operasionalnya dengan berdasarkan prinsip syariah yang berlaku. Peraturan baru ini dibentuk dengan dikeluarkannya surat dari Bank Indonesia No.6/4/Dpb/BNB tanggal 19 Oktober 2004 mengenai Izin Pembukaan Kantor Cabang Syariah Bank dalam aktivitas komersial Bank. Pembentukan peraturan baru ini dilakukan dengan tujuan agar perbankan di Indonesia bisa semakin memperluas kegiatannya yang tidak hanya terbatas pada kegiatan komersial melainkan juga menjalankan kegiatan yang berlandaskan prinsip syariah yang berlaku (Laporan Tahunan Bank Aceh Syariah, 2016).

Perubahan besar selanjutnya terjadi pada Bank Aceh dengan dilakukannya rapat RUPSLB (Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa) pada tanggal 25 Mei 2015 yang memberikan hasil bahwa Bank Aceh harus melakukan perubahan kegiatan usaha secara menyeluruh dari sistem konvensional menjadi sistem syariah sepenuhnya. Hasil rapat ini kemudian ditindaklanjuti untuk bisa

diwujudkan oleh tim konversi Bank Aceh dengan berada di bawah pengawasan dari pihak Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Usaha untuk mewujudkan Bank Aceh menjadi bank yang sepenuhnya berlandaskan pada prinsip syariah pada akhirnya tercapai setelah melalui berbagai tahap dengan memperoleh izin operasional dari Dewan Komisiner OJK Pusat yang ditetapkan dengan berdasarkan Keputusan Dewan Komisiner OJK Nomor. KEP-44/D.03/2016 tanggal 1 September 2016 Perihal Pemberian Izin Perubahan Kegiatan Usaha Bank Umum Konvensional Menjadi Bank Umum Syariah (Laporan Tahunan Bank Aceh Syariah, 2016).

Sejarah baru akhirnya dimulai setelah Bank Aceh Syariah sepenuhnya dikonversi secara serentak pada seluruh jaringan kantornya pada tanggal 19 September 2016. Proses konversi ini diharapkan dapat memberikan dampak yang besar bagi pertumbuhan ekonomi dan pembangunan daerah Aceh serta dapat memberikan dampak yang positif pada setiap aspek kehidupan masyarakat Aceh (Laporan Tahunan Bank Aceh Syariah, 2016).

Pada saat ini Kantor Pusat Bank Aceh berada di Jalan Mr. Mohd. Hasan No 89 Batoh Banda Aceh. Tercatat sampai dengan akhir tahun 2017, Bank Aceh telah memiliki 161 jaringan kantor terdiri dari 1 Kantor Pusat, 1 Kantor Pusat Operasional, 25 Kantor Cabang, 86 Kantor Cabang Pembantu, 20 Kantor Kas tersebar dalam wilayah Provinsi Aceh termasuk di kota Medan (dua Kantor Cabang, dua Kantor Cabang Pembantu, dan satu Kantor Kas), dan 17 Payment Point (Laporan Tahunan Bank Aceh Syariah, 2016).

4.1.2 Visi dan Misi Bank Aceh Syariah

a. Visi

Mewujudkan Bank Aceh Syariah menjadi bank yang sehat, tangguh, handal dan terpercaya serta dapat memberikan nilai tambah yang tinggi kepada mitra dan masyarakat (Laporan Tahunan Bank Aceh Syariah, 2016).

b. Misi

Membantu dan mendorong pertumbuhan ekonomi dan pembangunan daerah dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat melalui pengembangan dunia usaha dan pemberdayaan ekonomi rakyat, serta memberi nilai tambah kepada pemilik dan kesejahteraan kepada karyawan (Laporan Tahunan Bank Aceh Syariah, 2016).

4.1.3 Produk dan Layanan Bank Aceh Syariah

Seiring dengan perkembangan teknologi informasi, Bank Aceh Syariah terus berupaya dalam meningkatkan penerapan teknologi informasi yang semakin canggih dalam hal untuk memenuhi kebutuhan para nasabahnya. Upaya yang dilakukan Bank Aceh Syariah dalam memenuhi kebutuhan nasabahnya juga dilakukan dengan terus meningkatkan kualitas layanan dan jenis produk yang ditawarkan sehingga dapat menciptakan kepuasan dan loyalitas bagi nasabahnya.

Hingga saat ini produk dan jasa yang terdapat di PT. Bank Aceh Syariah antara lain sebagai berikut (Laporan Tahunan Bank Aceh Syariah, 2016):

A. Penghimpunan Dana (*Fund Raising*)

Adapun produk penghimpun dana yang terdapat pada PT. Bank Aceh Syariah antara lain:

1. Giro

Giro merupakan simpanan pihak ketiga (nasabah) yang penarikannya hanya dapat dilakukan dengan menggunakan cek, surat perintah pembayaran lainnya atau dengan perintah pemindah bukuan (seperti Bilyet Giro, Warkat Kliring, dan sebagainya).

Terdapat beberapa keunggulan dan kemudahan dari produk Giro Bank Aceh Syariah, yaitu:

- a. Transaksi bisnis jadi lebih mudah dengan menggunakan cek atau bilyet giro Bank Aceh Syariah.
- b. Pembukaan rekening, pencairan maupun penyerahan cek atau bilyet giro Bank Aceh Syariah dapat dilakukan dengan mudah di seluruh kantor cabang Bank Aceh.
- c. Adanya keleluasaan bagi nasabah untuk melakukan transaksi yang diinginkan karena adanya dukungan dari seluruh kantor cabang yang tersebar di Aceh.

2. Deposito

Deposito merupakan simpanan pihak ketiga yang penarikannya hanya dapat dilakukan dalam jangka waktu tertentu sesuai dengan perjanjian antara pihak bank dengan nasabah yang bersangkutan.

Produk deposito Bank Aceh Syariah memiliki kemudahan yaitu terdapat beberapa pilihan jangka waktu yang dapat

disesuaikan dengan kebutuhan masing-masing, yaitu: 1, 3, 6, 12 atau 24 bulan.

3. Simpanan Pembangunan Daerah (SIMPEDA)

Tabungan SIMPEDA Bank Aceh Syariah memiliki beberapa kemudahan dan keunggulan antara lain:

- a. Menggunakan akad tabungan mudharabah
- b. Tabungan ini dapat dimiliki oleh siapapun
- c. Untuk menjadi nasabah Bank Aceh Syariah cukup dengan melakukan setoran awal sebesar Rp 100.000
- d. Dapat disetor dan ditarik setiap hari kerja
- e. Penarikan uang tunai dapat dilakukan selama 24 jam jika memiliki ATM Bank Aceh yang tidak hanya tersedia di seluruh Aceh, tetapi juga di Medan serta didukung dengan jaringan ATM Bersama (Indonesia) dan MEPS (Malaysia)
- f. Sistem bagi hasil yang diterapkan cukup kompetitif

4. Tabungan Aneka Guna (TAG)

Adapun kemudahan dan keunggulan dari Tabungan Aneka Guna Bank Aceh Syariah yaitu:

- a. Menggunakan akad tabungan mudharabah
- b. Tabungan ini dapat dimiliki oleh siapapun hanya dengan setoran awal sebesar Rp 20.000
- c. Penarikan dan penyetoran dapat dilakukan setiap hari kerja pada seluruh kantor Bank Aceh Syariah
- d. Dapat digunakan sebagai jaminan dalam mengajukan permohonan pembiayaan

5. Tabungan Seulanga

Beberapa keunggulan dari tabungan Seulanga Bank Aceh Syariah adalah:

- a. Memiliki nisbah *Progressive*, nisbah akan semakin tinggi ketika saldo tabungan semakin tinggi
- b. Mendapatkan fasilitas ATM Seulanga
- c. Mendapatkan fasilitas *Mobile Banking*
- d. Dapat menjadi jaminan dalam pembiayaan
- e. Dapat digunakan sebagai sarana dalam pembayaran listrik, telepon, air serta telepon seluler
- f. Pertanggungan asuransi jiwa sebesar Rp 10.000.000 dengan biaya premi yang ditanggung oleh pihak bank.
- g. Para penabung memiliki hak ikut serta dalam perebutan hadiah langsung Seulanga yang didasarkan pada poin yang dimiliki masing-masing

6. Tabungan Fitrah Dalam Usaha (Firdaus)

Tabungan Fitrah Dalam Usaha (Firdaus) merupakan salah satu produk penghimpun dana pada Bank Aceh Syariah yang memiliki makna bahwa tabungan ini mengharapkan agar bank dengan nasabah bisa melakukan kerja sama yang fitrah dengan tujuan agar hasil akhir yang akan diperoleh merupakan hasil yang benar-benar halal, berkah, dan bertambah. Tabungan ini pada dasarnya merupakan tabungan dari pihak ketiga (nasabah penabung) yang sepenuhnya telah mempercayakan dananya kepada pihak bank agar dikelola sebaik mungkin dengan imbalan bagi

hasil atau nisbah yang telah disepakati kedua belah pihak sebelumnya.

Ada beberapa keunggulan dari tabungan Firdaus pada Bank Aceh Syariah antara lain:

- a. Produk ini merupakan produk salah satu produk yang aman dan terpercaya
 - b. Transaksi dengan menggunakan ATM Bank Aceh dapat dilakukan di dalam dan luar negeri (Malaysia dengan jaringan ATM MEPS)
 - c. Bebas biaya transfer antar sesama Bank Aceh
 - d. Bagi hasil yang diterapkan cukup kompetitif
 - e. Bebas biaya administrasi dalam pembukuan
 - f. Biaya penutupan rekening cukup dengan Rp 25.000
 - g. Memiliki kemudahan dalam menyalurkan zakat, infaq, dan sedekah
7. Tabungan Simpanan Haji dan Umrah (Sahara)

Tabungan Simpanan Haji dan Umrah (Sahara) merupakan salah satu bentuk tabungan pada Bank Aceh Syariah yang berupa mata uang rupiah pada Bank Aceh Syariah yang penggunaannya dikhususkan bagi para muslim dalam memenuhi biaya perjalanan ibadah haji dan umrah yang dikelola sesuai dengan prinsip syariah yang berlaku dengan menggunakan akad *Wadiah Yad Dhamanah*, yaitu simpanan yang sifatnya titipan murni dari nasabah kepada bank.

Ada beberapa keuntungan yang diperoleh dari Tabungan Sahara Bank Aceh Syariah antara lain:

- a. Merupakan produk yang aman dan terjamin
 - b. Bebas dari biaya administrasi bulanan
 - c. Ketika saldo tabungan nasabah sudah mencapai Rp 25.000.000, nasabah kemudian sudah dapat didaftarkan sebagai calon Jemaah haji
 - d. Dengan tabungan ini nasabah akan diikutsertakan dalam program penjaminan pemerintah
8. TabunganKu

TabunganKu merupakan salah satu produk tabungan pada Bank Aceh Syariah yang digunakan oleh perorangan dengan syarat-syarat yang mudah dan ringan. Jenis tabungan ini pada dasarnya diterbitkan secara bersamaan oleh bank-bank yang ada di Indonesia dengan tujuan untuk menumbuhkan jiwa cinta menabung serta meningkatkan kesejahteraan bagi seluruh masyarakat.

Ada beberapa fitur yang terdapat pada produk ini, yaitu:

- a. Fitur *Standard (Mandatory)*, merupakan fitur yang terdapat pada produk TabunganKu yang harus diterapkan secara seragam oleh setiap bank-bank yang mengeluarkannya
- b. Fitur *Customized (Optional)*, fitur ini merupakan fitur yang dapat dipilih untuk diterapkan bagi bank yang mengeluarkannya
- c. Produk ini menggunakan akad Tabungan Mudharabah

9. Simpanan Pensiun

Simpanan Pensiun adalah salah satu layanan tabungan yang hanya diperuntukkan bagi nasabah pensiun pada Bank Aceh Syariah. Produk ini diciptakan dengan harapan dapat memberikan layanan khusus bagi para Pegawai Negeri Sipil (PNS) yang akan memasuki masa pensiunnya.

Simpanan pensiun ini memiliki manfaat bagi para nasabah karena akan memberikan fasilitas yang terbaik dengan mengedepankan rasa kekeluargaan serta akan memberikan berbagai kemudahan-kemudahan bagi nasabah dalam mengurus proses pensiun tanpa harus langsung mendatangi PT. TASPEN.

B. Penyaluran Dana (*Funds Distribution*)

Adapun produk penyaluran dana yang terdapat pada PT. Bank Aceh Syariah antara lain:

1. Pembiayaan Murabahah

Pembiayaan *murabahah* merupakan bentuk pembiayaan pada Bank Aceh Syariah yang berupa mata uang rupiah dengan menggunakan akad *murabahah*. Pembiayaan dengan akad *murabahah* ini dilakukan dengan memberikan pembiayaan kepada seluruh anggota masyarakat dengan sistem jual-beli. Dalam pembiayaan ini nasabah yang menjadi pihak pembeli dan bank sebagai pihak penjual dengan harga jual pihak bank yang terdiri dari harga beli ditambah dengan keuntungan yang disepakatai oleh kedua belah pihak.

Ada beberapa keuntungan yang terdapat pada pembiayaan *murabahah* Bank Aceh Syariah, yaitu:

- a. Persyaratan yang mudah dan sesuai dengan prinsip syariah yang berlaku
- b. Sistem pembayaran angsuran yang dilakukan melalui pemotongan langsung atas gaji bulanan yang diterima setiap bulan sehingga dapat meningkatkan kualitas hidup nasabahnya

2. Pembiayaan Musyarakah

Pembiayaan *Musyarakah* merupakan pembiayaan yang berupa mata uang rupiah dengan menggunakan Akad *Musyarakah*. Akad *musyarakah* dalam pembiayaan ini merupakan kerja sama antara kedua pihak (nasabah dan bank) dalam menjalankan suatu usaha tertentu. Dalam pembiayaan ini masing-masing pihak akan memberikan kontribusi dana dan keahliannya dengan keuntungan dan kerugian sesuai dengan kesepakatan bersama.

Beberapa keuntungan dari pembiayaan *musyarakah* antara lain:

- a. Syarat yang mudah
- b. Pembiayaan dapat digunakan untuk keperluan modal atau investasi
- c. Bagi hasil yang digunakan dengan dasar perhitungan *Revenue Sharing*
- d. Jangka waktu dapat disesuaikan dengan jadwal penyelesaian pekerjaan

3. Pembiayaan Mudharabah

Pembiayaan *Mudharabah* merupakan salah satu pembiayaan dengan bentuk kerja sama antara pihak bank sebagai pemilik dana (*shahibul maal*) dengan nasabah sebagai pihak yang memiliki keahlian dalam mengelola suatu usaha yang bersifat produktif dan halal.

Akad *mudharabah* yang digunakan oleh bank dalam pembiayaan ini bertujuan untuk memberikan fasilitas dalam pemenuhan kebutuhan modal bagi para nasabah untuk menjalankan suatu usaha dengan cara menyertakan modal bagi usaha tersebut. Adapun hasil keuntungan yang diperoleh dari penyertaan modal tersebut akan dibagi bersama sesuai dengan nisbah kesepakatan semua pihak.

4. Pembiayaan Wakalah

Pembiayaan *wakalah* merupakan salah satu produk pembiayaan yang menggunakan akad *wakalah* pada Bank Aceh Syariah. Akad *wakalah* merupakan akad yang memberikan kekuasaan dari satu pihak ke pihak lainnya dalam hal-hal yang diwakilkan.

5. Pembiayaan Ijarah

Pembiayaan *ijarah* merupakan salah satu produk penyaluran dana yang terdapat pada Bank Aceh Syariah dengan menggunakan akad *ijarah*. Akad *ijarah* merupakan akad pemindahan hak guna atas suatu barang tanpa disertai dengan

pemindahan kepemilikan selama jangka waktu tertentu dengan membayarkan biaya sewa (*ujrah*).

C. Layanan dan Jasa Lainnya

Adapun layanan dan jasa lainnya yang ditawarkan oleh Bank Aceh Syariah antara lain:

1. Rahn (Gadai Emas)

Rahn merupakan pembiayaan pada Bank Aceh yang menggunakan akad *Qardh*, *Rahn*, dan *Ijarah*, yaitu adanya penyerahan hak penguasaan secara fisik atas barang berharga dalam bentuk emas dari nasabah kepada bank sebagai suatu agunan atas pembiayaan yang diterima oleh nasabah.

Adapun keuntungan dari produk *Rahn* pada Bank Aceh Syariah antara lain:

- a. Biaya sewanya hanya Rp 4.500/gram/bulan
 - b. Pinjaman yang optimal sesuai dengan jaminan yang diserahkan
 - c. Pinjaman yang diterima dapat diperpanjang
 - d. Jaminan yang diserahkan nasabah disimpan dengan aman oleh bank
 - e. Proses yang cepat dan mudah
- #### 2. Bank Garansi Syariah

Bank Garansi merupakan suatu produk Bank Aceh Syariah yang berupa jaminan pembayaran dari pihak bank atas permintaan dari nasabahnya yang dibayarkan kepada pihak lain ketika nasabah tersebut tidak bisa memenuhi kewajibannya.

3. ATM Bank Aceh

Ada tiga jenis Kartu ATM yang terdapat pada Bank Aceh Syariah, yaitu:

- a. Kartu Gold, dengan minimum saldo sebesar Rp 75.000
- b. Kartu Silver, dengan minimum saldo sebesar Rp 50.000
- c. Kartu Seulanga, dengan minimum saldo sebesar Rp 75.000

4. BPDNet Online

BPDNet Online merupakan jaringan *Delivery Channel* yang hanya dipergunakan oleh BPD seluruh Indonesia yang dikelola oleh pihak ARTAJASA agar nasabah seluruh BPD dapat melakukan transaksi antar BPD seluruh Indonesia.

5. Malaysian Exchange Payment System (MEPS)

Malaysian Exchange Payment System (MEPS) merupakan salah satu layanan pada Bank Aceh Syariah yang menyediakan jaringan switch ATM Bersama sehingga dapat memudahkan nasabah dalam mengakses dana mereka di mana saja pada salah satu ATM bank mitra.

MEPS pada dasarnya berguna untuk memberikan kenyamanan bagi para nasabahnya dalam melakukan transaksi mulai dari penarikan tunai dan transfer melalui ATM pada negara-negara yang menjadi peserta dalam MEPS.

6. SMS Banking

Ada beberapa fitur-fitur yang terdapat pada layanan SMS Banking pada Bank Aceh Syariah, yaitu:

- a. Informasi Saldo

- b. Informasi 5 (lima) transaksi terakhir
- c. Informasi jumlah tagihan Kartu Halo dan Matrix
- d. Pembelian pulsa isi ulang
- e. Transfer antar rekening Bank Aceh
- f. Informasi mutasi transaksi
- 7. M-ATM Bersama

M-ATM bersama adalah layanan yang diberikan oleh Bank Aceh Syariah bagi nasabah yang merupakan pelanggan Telkomsel yang bertransaksi di jaringan ATM Bersama.

Selain itu, Bank Aceh Syariah juga menawarkan berbagai jasa lainnya seperti Transfer, Kliring, dan RTGS, Pembelian Pulsa Handphone, Pembayaran Tagihan Handphone, Pembayaran Listrik, Pembayaran Telepon, dan Referensi Bank.

4.2 Pengujian Instrumen

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini berupa angket/kuesioner yang akan disebar kepada para responden yang dituju. Kuesioner yang digunakan terdiri dari 35 pertanyaan/ Pernyataan dari enam variabel CARTER dan 5 pertanyaan/ Pernyataan pada variabel kepuasan nasabah dengan kriteria penilaian menggunakan skala *likert* yang terdiri dari 1 sampai dengan 5.

4.2.1 Pilot Test

Sebelum kuesioner penelitian disebar kepada para responden, penelitian ini terlebih dahulu melakukan *pilot testing* untuk menentukan bahwa kuesioner yang akan digunakan dapat

dipahami. *Pilot testing* dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada sebanyak 30 orang yang merupakan bagian dari populasi yang bukan sampel.

Tabel 4.1 Hasil Pilot Test

Variabel	r tabel	Pearson	Keterangan
(1)	(2)	Corelation	(3)
(3)	(4)		
<i>Sharia Compliance</i>			
C1	0,3061	0,662	Valid
C2	0,3061	0,331	Valid
C3	0,3061	0,808	Valid
C4	0,3061	0,746	Valid
C5	0,3061	0,563	Valid
<i>Sharia Assurance</i>			
A1	0,3061	0,339	Valid
A2	0,3061	0,471	Valid
A3	0,3061	0,618	Valid
A4	0,3061	0,435	Valid
A5	0,3061	0,735	Valid
A6	0,3061	0,524	Valid
A7	0,3061	0,762	Valid
<i>Sharia Reliability</i>			
R1	0,3061	0,722	Valid
R2	0,3061	0,521	Valid
R3	0,3061	0,772	Valid

R4	0,3061	0,619	Valid
R5	0,3061	0,700	Valid
R6	0,3061	0,596	Valid
<i>Sharia Tangibles</i>			
T1	0,3061	0,812	Valid
T2	0,3061	0,341	Valid
T3	0,3061	0,651	Valid
T4	0,3061	0,693	Valid
T5	0,3061	0,721	Valid
T6	0,3061	0,669	Valid
T7	0,3061	0,508	Valid
<i>Sharia Emphaty</i>			
E1	0,3061	0,753	Valid
E2	0,3061	0,814	Valid
E3	0,3061	0,783	Valid
E4	0,3061	0,858	Valid
E5	0,3061	0,609	Valid
<i>Sharia Responsiveness</i>			
RE1	0,3061	0,731	Valid
RE2	0,3061	0,746	Valid
RE3	0,3061	0,644	Valid
RE4	0,3061	0,753	Valid
RE5	0,3061	0,762	Valid
<i>Kepuasan Nasabah</i>			
Y1	0,3061	0,657	Valid

Y2	0,3061	0,558	Valid
Y3	0,3061	0,739	Valid
Y4	0,3061	0,799	Valid
Y5	0,3061	0,727	Valid

Sumber: Data Primer Diolah

Berdasarkan hasil *pilot test* pada Tabel 4.1 menunjukkan bahwa setiap komponen pertanyaan yang digunakan dalam kuesioner dinyatakan *valid*. Sehingga setiap pertanyaan dalam kuesioner ini dapat digunakan untuk lebih lanjut agar disebar kepada 100 responden yang menjadi sampel yang dituju dalam penelitian ini.

4.2.2 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 (Ghozali, 2012). Kriteria penilaian uji validitas yang digunakan tersebut yaitu:

- Jika r hitung lebih besar dari r tabel, maka komponen kuesioner dinyatakan valid.
- Jika r hitung lebih kecil dari r tabel, maka komponen kuesioner dinyatakan tidak valid.

Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas

Variabel	r tabel	Pearson Corelation	Keterangan
(1)	(2)	(3)	(4)
<i>Sharia Compliance</i>			
C1	0,1654	0,679	Valid
C2	0,1654	0,557	Valid
C3	0,1654	0,774	Valid
C4	0,1654	0,756	Valid
C5	0,1654	0,460	Valid
<i>Sharia Assurance</i>			
A1	0,1654	0,637	Valid
A2	0,1654	0,520	Valid
A3	0,1654	0,447	Valid
A4	0,1654	0,358	Valid
A5	0,1654	0,756	Valid
A6	0,1654	0,645	Valid
A7	0,1654	0,643	Valid
<i>Sharia Reliability</i>			
R1	0,1654	0,700	Valid
R2	0,1654	0,594	Valid
R3	0,1654	0,627	Valid
R4	0,1654	0,532	Valid
R5	0,1654	0,668	Valid
R6	0,1654	0,546	Valid

<i>Sharia Tangibles</i>			
T1	0,1654	0,582	Valid
T2	0,1654	0,496	Valid
T3	0,1654	0,654	Valid
T4	0,1654	0,656	Valid
T5	0,1654	0,619	Valid
T6	0,1654	0,570	Valid
T7	0,1654	0,667	Valid
<i>Sharia Emphaty</i>			
E1	0,1654	0,758	Valid
E2	0,1654	0,714	Valid
E3	0,1654	0,723	Valid
E4	0,1654	0,737	Valid
E5	0,1654	0,601	Valid
<i>Sharia Responsiveness</i>			
RE1	0,1654	0,732	Valid
RE2	0,1654	0,633	Valid
RE3	0,1654	0,765	Valid
RE4	0,1654	0,808	Valid
RE5	0,1654	0,752	Valid
<i>Kepuasan Nasabah</i>			
Y1	0,1654	0,779	Valid
Y2	0,1654	0,768	Valid
Y3	0,1654	0,798	Valid
Y4	0,1654	0,795	Valid

Y5	0,1654	0,758	Valid
-----------	--------	-------	--------------

Sumber: Data Primer Diolah

Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan bantuan SPSS versi 22. Berdasarkan Tabel 4.2 di atas dapat diketahui bahwa setiap pertanyaan/ Pernyataan dalam instrumen yang digunakan dinyatakan *valid*. Hal ini dapat diketahui dengan membandingkan setiap nilai r hitung (*pearson corelation*) pada kolom 3 dengan r tabel pada kolom 2, dan hasilnya menunjukkan bahwa nilai r hitung (*pearson corelation*) setiap komponen pertanyaan/ Pernyataan lebih besar dari pada r tabelnya (0,1654).

4.2.3 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* (α) (Ghozali, 2012). Kriteria penilaian uji reliabilitas yang digunakan tersebut 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 4.3 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Jumlah Item	Cronbach's Alpha	Keterangan
<i>Compliance</i>	5	0,755	Reliabel
<i>Assurance</i>	7	0,734	Reliabel
<i>Reliability</i>	6	0,745	Reliabel
<i>Tangibles</i>	7	0,745	Reliabel
<i>Emphaty</i>	5	0,778	Reliabel
<i>Responsiveness</i>	5	0,788	Reliabel
Kepuasan Nasabah	5	0,801	Reliabel

Sumber: Data Primer Diolah

Uji reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan bantuan SPSS versi 22. Berdasarkan Tabel 4.3 di atas dapat diketahui bahwa setiap pertanyaan/ Pernyataan dalam instrumen yang digunakan dinyatakan *reliabel*. Hal ini dapat diketahui dengan membandingkan setiap nilai *Cronbach's Alpha*, dan hasilnya menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* setiap komponen pertanyaan/ Pernyataan lebih besar dari pada 0,6.

4.3 Analisis Statistik Deskriptif

Dalam penelitian ini akan dilihat hasil analisis statistik deskriptif yang meliputi nilai minimum, maximum, rata-rata, dan standar deviasi dengan menggunakan bantuan SPSS versi 22. Variabel yang terdapat dalam penelitian ini terdiri dari dua variabel, yaitu variabel dependen dan variabel independen. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepuasan nasabah yang diukur dengan menggunakan sebanyak 5 pertanyaan/ Pernyataan, sedangkan variabel independennya terdiri dari: Pertama, *sharia compliance* yang diukur dari 5

pertanyaan/pernyataan. Kedua, *sharia assurance* yang diukur dari 7 pertanyaan/pernyataan. Ketiga, *sharia reliability* yang diukur dari 6 pertanyaan/pernyataan. Keempat, *sharia tangibles* yang diukur dari 7 pertanyaan/pernyataan. Kelima, *sharia empathy* yang diukur dari 5 pertanyaan/pernyataan. Dan keenam, *sharia responsiveness* yang diukur dari 5 pertanyaan/pernyataan. Berikut ini merupakan tabel hasil analisis statistik deskriptif yang diolah dengan menggunakan bantuan software SPSS versi 22:

Tabel 4.4 Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Compliance	100	14.00	25.00	20.6400	2.38903
Assurance	100	16.00	35.00	30.0200	2.94385
Reliability	100	15.00	30.00	24.3600	2.73222
Tangibles	100	19.00	35.00	30.1000	3.08957
Emphaty	100	14.00	25.00	22.3300	2.44559
Responsiveness	100	12.00	25.00	21.3000	2.91461
Kepuasan_Nasabah	100	14.00	25.00	20.9600	2.63971
Valid N (listwise)	100				

Sumber: Data Primer Diolah

Berdasarkan Tabel 4.4 di atas, dapat diketahui bahwa jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 orang. Komponen pertama yaitu *sharia compliance* memiliki nilai minimum 14 dan maksimum 25. Rata-rata komponen *sharia compliance* adalah 20,64 ($20,64/5 \text{ item} = 4,128$). Nilai sebesar 4,128 ini menunjukkan para responden rata-rata setuju bahwa

seorang nasabah dianggap kepuasannya akan meningkat ketika pelanggan tersebut memperoleh pelayanan yang berkualitas yaitu *sharia compliance*. Sedangkan standar deviasi pada *sharia compliance* adalah 2,38903.

Komponen kedua yaitu *sharia assurance* memiliki nilai minimum 16 dan maksimum 35. Rata-rata komponen *sharia assurance* adalah 30,02 ($30,02/7 \text{ item} = 4,288$). Nilai sebesar 4,288 ini menunjukkan para responden rata-rata setuju bahwa seorang nasabah dianggap kepuasannya akan meningkat ketika pelanggan tersebut memperoleh pelayanan yang berkualitas yaitu *sharia assurance*. Sedangkan standar deviasi pada *sharia assurance* adalah 2,94385.

Komponen ketiga yaitu *sharia reliability* memiliki nilai minimum 15 dan maksimum 30. Rata-rata komponen *sharia reliability* adalah 24,36 ($24,36/6 \text{ item} = 4,06$). Nilai sebesar 4,06 ini menunjukkan para responden rata-rata setuju bahwa seorang nasabah dianggap kepuasannya akan meningkat ketika pelanggan tersebut memperoleh pelayanan yang berkualitas yaitu *sharia reliability*. Sedangkan standar deviasi pada *sharia reliability* adalah 2,73222.

Komponen keempat yaitu *sharia tangibles* memiliki nilai minimum 19 dan maksimum 35. Rata-rata komponen *sharia tangibles* adalah 30,10 ($30,10/7 \text{ item} = 4,3$). Nilai sebesar 4,3 ini menunjukkan para responden rata-rata setuju bahwa seorang nasabah dianggap kepuasannya akan meningkat ketika pelanggan

tersebut memperoleh pelayanan yang berkualitas yaitu *sharia tangibles*. Sedangkan standar deviasi pada *sharia tangibles* adalah 3,08957.

Komponen kelima yaitu *sharia empathy* memiliki nilai minimum 14 dan maksimum 25. Rata-rata komponen *sharia empathy* adalah 22,33 ($22,33/5 \text{ item} = 4,466$). Nilai sebesar 4,466 ini menunjukkan para responden rata-rata setuju bahwa seorang nasabah dianggap kepuasannya akan meningkat ketika pelanggan tersebut memperoleh pelayanan yang berkualitas yaitu *sharia empathy*. Sedangkan standar deviasi pada *sharia empathy* adalah 2,44559.

Komponen keenam yaitu *sharia responsiveness* memiliki nilai minimum 12 dan maksimum 25. Rata-rata komponen *sharia responsiveness* adalah 21,30 ($21,30/5 \text{ item} = 4,26$). Nilai sebesar 4,26 ini menunjukkan para responden rata-rata setuju bahwa seorang nasabah dianggap kepuasannya akan meningkat ketika pelanggan tersebut memperoleh pelayanan yang berkualitas yaitu *sharia responsiveness*. Sedangkan standar deviasi pada *sharia responsiveness* adalah 2,91461.

Komponen ketujuh yaitu kepuasan nasabah memiliki nilai minimum 14 dan maksimum 25. Rata-rata komponen *responsiveness* adalah 20,96 ($20,96/5 \text{ item} = 4,192$). Nilai sebesar 4,192 ini menunjukkan para responden rata-rata setuju bahwa seorang nasabah dianggap kepuasannya akan meningkat ketika pelanggan tersebut memperoleh pelayanan yang berkualitas.

Sedangkan standar deviasi pada *sharia responsiveness* adalah 2,63971.

4.4 Uji Asumsi Klasik

4.4.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah variabel residual atau pengganggu dalam model regresi berdistribusi secara normal. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan Uji Kolmogorov-Smirnov dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut (Ghozali, 2012):

- a. Jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka data dikatakan berdistribusi secara normal.
- b. Jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka data dikatakan tidak berdistribusi secara normal.

Tabel 4.5 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.82646304
Most Extreme Differences	Absolute	.065
	Positive	.039
	Negative	-.065
Test Statistic		.065
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Sumber: Data Primer Diolah

Berdasarkan Tabel 4.5 di atas menunjukkan bahwa nilai signifikansi pada Uji Kolmogrov-Smirnov adalah 0,2 dan lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang diuji berdistribusi secara normal.

4.4.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah terdapat korelasi antar variabel bebas (independen) dalam suatu model regresi. Uji multikolinearitas dapat dilakukan dengan melihat besaran dari *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance Value* dengan kriteria sebagai berikut (Ghozali, 2012):

- a. Jika $VIF > 10$ atau *Tolerance value* $< 0,10$ maka terjadi multikolinearitas.
- b. Jika $VIF < 10$ atau *Tolerance value* $> 0,10$ maka tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel 4.6 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a		
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Compliance	.737	1.356
Assurance	.379	2.637
Reliability	.552	1.812
Tangibles	.470	2.130
Emphaty	.400	2.502
Responsiveness	.699	1.430

a. Dependent Variable: Kepuasan_Nasabah
Sumber: Data Primer Diolah

Berdasarkan Tabel 4.6 di atas dapat diketahui bahwa setiap variabel *independen* memiliki nilai VIF yang lebih kecil dari 10 atau nilai *tolerance value* yang lebih besar dari 0,10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian yang dilakukan ini tidak terdapat hubungan multikolinearitas antar variabel *independen*.

4.4.3 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, 2012). 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

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.824	1.397		1.306	.195
Compliance	.029	.057	.062	.516	.607
Assurance	-.028	.064	-.073	-.439	.662
Reliability	-.044	.057	-.105	-.761	.449
Tangibles	.020	.055	.055	.368	.714
Emphaty	.039	.075	.084	.520	.604
Responsiveness	-.027	.048	-.069	-.565	.573

a. Dependent Variable: AbsUi
 Sumber: Data Primer Diolah

Berdasarkan Tabel 4.7 dapat diketahui bahwa setiap variabel *independen* bebas dari masalah heteroskedastisitas. Hal ini dapat diketahui dengan membandingkan antara nilai signifikansi setiap variabel *independen* dengan nilai absolut residualnya dan menunjukkan bahwa nilai signifikansi setiap variabel *independen* lebih besar dari nilai absolut residualnya (0,05).

4.4.4 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode t_1 (sebelumnya) dalam suatu model regresi linier (Ghozali, 2012).

Pengujian autokorelasi dalam penelitian ini menggunakan *run test*. *Run Test* merupakan bagian dari statistik non parametrik

yang dapat digunakan dalam menguji apakah terdapat korelasi yang tinggi antar residual. Jika antar residual tersebut tidak terdapat hubungan korelasi, maka residual adalah acak atau *random*. *Run test* ini dilakukan untuk melihat apakah data residual terjadi secara *random* atau tidak (sistematis). *Run test* dapat diuji dengan membandingkan nilai probabilitas dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Jika nilai probabilitas lebih besar dari 0,05, maka residual bersifat random atau tidak terjadi autokorelasi antar nilai residual.
- b. Jika nilai probabilitas lebih kecil dari 0,05, maka residual bersifat sistematis (tidak random) atau terjadi autokorelasi antar nilai residual.

Tabel 4.8 Hasil Uji Run Test

Runs Test	
	Unstandardized Residual
Test Value ^a	.16036
Cases < Test Value	50
Cases >= Test Value	50
Total Cases	100
Number of Runs	42
Z	-1.809
Asymp. Sig. (2-tailed)	.070

a. Median

Sumber: Data Primer Diolah

Berdasarkan Tabel 4.8 menunjukkan nilai test sebesar 0,16036 dengan probabilitas 0,70. Karena probabilitas lebih besar dari 0,05, sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa residual bersifat random atau tidak terjadi autokorelasi antar nilai residual.

4.5 Analisis Regresi Berganda

Berdasarkan *output* dari pengolahan data dengan menggunakan bantuan SPSS versi 22 secara parsial pengaruh dari enam variabel *independen* yang meliputi *sharia compliance*, *sharia assurance*, *sharia reliability*, *sharia tangibles*, *sharia emphaty*, dan *sharia responsiveness* terhadap kepuasan nasabah dapat dilihat pada Tabel 4.9 di bawah ini:

Tabel 4.9 Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.085	2.271		-.038	.970
Compliance	.120	.092	.108	1.296	.198
Assurance	.098	.104	.110	.940	.349
Reliability	.260	.093	.269	2.783	.007
Tangibles	-.001	.089	-.001	-.008	.993
Emphaty	.117	.122	.109	.956	.341
Responsiveness	.315	.078	.348	4.053	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan_Nasabah
Sumber: Data Primer Diolah

Berdasarkan Tabel 4.9 di atas, maka dapat dirumuskan persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Kepuasan Nasabah} = & -0,085 + 0,120\text{Compliance} + 0,098\text{Assurance} \\ & + 0,260\text{Reliability} - 0,001\text{Tangibles} \\ & + 0,117\text{Emphaty} + 0,315\text{Responsiveness} + e \end{aligned}$$

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

- a. Berdasarkan persamaan di atas, diketahui mempunyai konstanta sebesar -0,085. Hal ini menunjukkan bahwa jika variabel-variabel *independen* diasumsikan dalam keadaan tetap, maka variabel *dependen* akan turun sebesar 0,085.
- b. *Sharia compliance* bernilai 0,120 yang berarti jika *sharia compliance* mengalami kenaikan 1 satuan akan menyebabkan kepuasan nasabah meningkat sebesar 0,120.
- c. *Sharia assurance* bernilai 0,098 yang berarti jika *sharia assurance* mengalami kenaikan 1 satuan akan menyebabkan kepuasan nasabah meningkat sebesar 0,098.
- d. *Sharia reliability* bernilai 0,260 yang berarti jika *sharia reliability* mengalami kenaikan 1 satuan akan menyebabkan kepuasan nasabah meningkat sebesar 0,260.
- e. *Sharia tangibles* bernilai 0,001 yang berarti jika *sharia tangibles* mengalami kenaikan 1 satuan akan menyebabkan kepuasan nasabah menurun sebesar 0,001.

- f. *Sharia emphaty* bernilai 0,117 yang berarti jika *sharia emphaty* mengalami kenaikan 1 satuan akan menyebabkan kepuasan nasabah meningkat sebesar 0,117.
- g. *Sharia responsiveness* bernilai 0,315 yang berarti jika *sharia responsiveness* mengalami kenaikan 1 satuan akan menyebabkan kepuasan nasabah meningkat sebesar 0,315.

4.5.1 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) merupakan prediksi ke enam variabel *independen* terhadap variabel *dependen*.

Tabel 4.10 Hasil Perhitungan Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.722 ^a	.521	.490	1.88446

a. Predictors: (Constant), Responsiveness, Compliance, Reliability, Tangibles, Emphaty, Assurance
 Sumber: Data Primer Diolah

Berdasarkan Tabel 4.10 dapat diketahui bahwa nilai R^2 sebesar 0,521 yang berarti 52,1% kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh variabel CARTER (variabel *independen*), sisanya sebesar 47,9% dijelaskan oleh faktor lain di luar model.

4.6 Pengujian Hipotesis

4.6.1 Uji F (Uji Simultan)

Uji F pada dasarnya dilakukan untuk melihat apakah variabel *independen* yang dimasukkan dalam suatu model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel *dependen*. Hasil perhitungan Uji F dapat dilihat pada Tabel 4.11 berikut:

Tabel 4.11 Hasil Uji F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	359.579	6	59.930	16.876	.000 ^b
Residual	330.261	93	3.551		
Total	689.840	99			

- a. Dependent Variable: Kepuasan_Nasabah
 - b. Predictors: (Constant), Responsiveness, Compliance, Reliability, Tangibles, Emphaty, Assurance
- Sumber: Data Primer Diolah

Berdasarkan hasil perhitungan yang dilakukan, diperoleh nilai F hitung sebesar 16,876 dengan nilai signifikansinya sebesar 0,000. Karena nilai F hitung (16,876) lebih besar dari nilai F tabel (2,20), maka dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel *independen* yang meliputi *sharia compliance*, *sharia assurance*, *sharia reliability*, *sharia tangibles*, *sharia emphaty*, dan *sharia responsiveness* memiliki pengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah.

4.6.2 Uji-t (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk menguji kebermaknaan koefisien regresi secara parsial antara pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil perhitungan Uji T dapat dilihat pada Tabel 4.12 berikut :

Tabel 4.12 Hasil Uji T

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.085	2.271		-.038	.970
Compliance	.120	.092	.108	1.296	.198
Assurance	.098	.104	.110	.940	.349
Reliability	.260	.093	.269	2.783	.007
Tangibles	-.001	.089	-.001	-.008	.993
Emphaty	.117	.122	.109	.956	.341
Responsiveness	.315	.078	.348	4.053	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan_Nasabah
 Sumber: Data Primer Diolah

Berdasarkan hasil perhitungan Uji t pada Tabel 4.12 di atas, dapat disimpulkan bahwa hanya dua variabel *independen* yaitu *sharia reliability* dan *sharia responsiveness* yang memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung yang lebih besar dari nilai t tabel (1,986). Sedangkan empat variabel *independen* lainnya (*compliance*, *assurance*, *tangibles* dan *emphaty*) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah yang

dibuktikan dengan nilai t hitungnya yang lebih kecil dari t tabel. Adapun pengujian hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Pengujian Hipotesis 1

Hipotesis pertama dalam penelitian ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *sharia compliance* dan kepuasan nasabah. Namun berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, diperoleh nilai t hitung $< t$ tabel atau $1,296 < 1,986$, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama ditolak.

b. Pengujian Hipotesis 2

Hipotesis kedua dalam penelitian ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *sharia assurance* dan kepuasan nasabah. Namun berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, diperoleh nilai t hitung $< t$ tabel atau $0,940 < 1,986$, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua ditolak.

c. Pengujian Hipotesis 3

Hipotesis ketiga dalam penelitian ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *sharia reliability* dan kepuasan nasabah. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, diperoleh nilai t hitung $> t$ tabel atau $2,783 > 1,986$, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga diterima.

d. Pengujian Hipotesis 4

Hipotesis keempat dalam penelitian ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *sharia tangibles* dan kepuasan nasabah. Namun berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, diperoleh nilai t hitung $< t$ tabel atau $-0,008 < 1,986$, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis keempat ditolak.

e. Pengujian Hipotesis 5

Hipotesis kelima dalam penelitian ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *sharia empathy* dan kepuasan nasabah. Namun berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, diperoleh nilai t hitung $< t$ tabel atau $0,956 < 1,986$, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis kelima ditolak.

f. Pengujian Hipotesis 6

Hipotesis keenam dalam penelitian ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *sharia responsiveness* dan kepuasan nasabah. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, diperoleh nilai t hitung $> t$ tabel atau $4,053 > 1,986$, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis keenam diterima.

g. Pengujian Hipotesis 7

Hipotesis ketujuh dalam penelitian ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *compliance*, *assurance*, *reliability*, *tangibles*, *emphaty* dan *responsiveness*

dengan kepuasan nasabah. Berdasarkan tabel 4.10 diperoleh nilai $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$ atau $16,876 > 2,20$, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketujuh diterima.

4.7 Interpretasi Hasil Penelitian

4.7.1 Pengaruh Kepatuhan Syariah (*Sharia Compliance*) Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan Tabel 4.12 diketahui *sharia compliance* memiliki nilai t hitung sebesar 1,296 dan lebih kecil dari nilai t tabel (1,986) atau $1,296 < 1,986$. Hal ini menunjukkan hipotesis pertama ditolak dan dapat disimpulkan bahwa *sharia compliance* memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Sharia compliance merupakan kemampuan dalam mengikuti dan memenuhi hukum Islam serta kemampuan dalam memberikan edukasi bagi para anggota dalam suatu lembaga dengan berdasarkan kepada Al-Qur'an dan Hadits. *Sharia compliance* pada dasarnya bertujuan untuk menunjukkan bahwa suatu lembaga dapat menyampaikan jasanya yang terbebas dari segala macam hal-hal yang dilarang oleh hukum Islam, seperti bebas dari unsur yang haram, riba, bathil, dan bebas dari unsur dilarang lainnya.

Berdasarkan hasil analisis regresi linier (Tabel 4.9) dapat diketahui bahwa *sharia compliance* memiliki pengaruh sebesar 0,120 terhadap kepuasan nasabah BAS KC Banda Aceh. Hal ini berarti jika *sharia compliance* dinaikkan sebesar 1 satuan, akan

berpengaruh kepada meningkatnya kepuasan nasabah BAS KC Banda Aceh sebesar 0,120. Prinsip kepatuhan syariah yang diterapkan BAS KC Banda Aceh seperti penerapan akad yang sesuai dengan syariat Islam, menjalankan amanah, pinjaman bebas bunga, serta menyediakan bagi hasil yang telah diterapkan belum bisa mempengaruhi kepuasan nasabah secara signifikan.

Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan nasabah BAS KC Banda Aceh tidak dipengaruhi oleh *sharia compliance*. Dengan kata lain kepuasan nasabah BAS KC Banda Aceh bukan karena *sharia compliance* yang diterapkan, tapi kepuasan nasabah dipengaruhi oleh faktor lain di luar *sharia compliance* seperti produk yang ditawarkan berkualitas, harga yang diberikan mampu bersaing, atau karena kemudahan yang dirasakan pihak nasabah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dani Rohmati dan Sunan Fanani (2016) yang menyatakan bahwa *sharia compliance* memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap kepuasan UJKS Koperasi Karyawan.

4.7.2 Pengaruh Jaminan Syariah (*Sharia Assurance*) Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan Tabel 4.12 diketahui *sharia assurance* memiliki nilai t hitung sebesar 0,940 dan lebih kecil dari nilai t tabel (1,986) atau $0,940 < 1,986$. Hal ini menunjukkan hipotesis kedua ditolak dan dapat disimpulkan bahwa *sharia assurance* memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Sharia assurance merupakan kemampuan yang dimiliki oleh karyawan suatu lembaga dalam memberikan pelayanan dengan penuh pengetahuan dan kesopansantunan dengan tujuan agar bisa menumbuhkan rasa percaya para pelanggan terhadap lembaga tersebut.

Berdasarkan hasil analisis regresi linier (Tabel 4.9) dapat diketahui bahwa *sharia assurance* memiliki pengaruh sebesar 0,098 terhadap kepuasan nasabah BAS KC Banda Aceh. Hal ini berarti jika *sharia assurance* dinaikkan sebesar 1 satuan, akan berpengaruh kepada meningkatnya kepuasan nasabah BAS KC Banda Aceh sebesar 0,098. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *sharia assurance* memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah BAS KC Banda Aceh. Hal ini dapat diketahui bahwa memang sudah seharusnya bagi suatu lembaga bisa berlaku dengan sopan terhadap pelanggannya, apalagi bagi kalangan masyarakat Aceh yang sangat menjunjung tinggi nilai kesopanan bukan hanya dalam suatu lembaga melainkan juga dalam seluruh aspek kehidupan. Dengan kata lain kepuasan nasabah BAS KC Banda Aceh bukan karena *sharia assurance* yang diterapkan, tapi kepuasan nasabah dipengaruhi karena faktor lain di luar *sharia assurance* seperti produk yang ditawarkan berkualitas, harga yang diberikan mampu bersaing, atau karena kemudahan yang dirasakan pihak nasabah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dani Rohmati dan Sunan Fanani (2016) yang

menyatakan bahwa *sharia assurance* memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap kepuasan UJKS Koperasi Karyawan.

4.7.3 Pengaruh Keandalan Syariah (*Sharia Reliability*) Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan Tabel 4.12 diketahui *sharia reliability* memiliki nilai *t* hitung sebesar 2,783 dan lebih besar dari nilai *t* tabel (1,986) atau $2,783 > 1,986$. Hal ini menunjukkan hipotesis ketiga diterima dan dapat disimpulkan bahwa *sharia reliability* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Sharia reliability merupakan kemampuan yang dimiliki suatu lembaga dalam memberikan suatu layanan sesuai dengan yang dijanjikan dengan sangat terpercaya. *Sharia reliability* pada dasarnya bertujuan untuk menunjukkan kemampuan perusahaan yang dapat diandalkan dari segala aspeknya.

Berdasarkan hasil analisis regresi linier (Tabel 4.9) dapat diketahui bahwa *sharia reliability* memiliki pengaruh sebesar 0,26 terhadap kepuasan nasabah BAS KC Banda Aceh. Hal ini berarti jika *sharia reliability* dinaikkan sebesar 1 satuan, akan berpengaruh kepada meningkatnya kepuasan nasabah BAS KC Banda Aceh sebesar 0,260. Perusahaan yang dapat diandalkan memiliki pengaruh yang baik terhadap kepuasan pelanggan. Perusahaan yang dapat diandalkan pada dasarnya akan memengaruhi minat bagi pelanggan untuk terus menggunakan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut, sehingga tidak tertutup kemungkinan bagi para pelanggan akan merasa puas jika perusahaan tersebut sangat

dapat diandalkan. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa kepuasan nasabah BAS KC Banda Aceh dipengaruhi oleh *sharia reliability* yang telah diterapkan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dani Rohmati dan Sunan Fanani (2016) yang menyatakan bahwa *sharia reliability* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan UJKS Koperasi Karyawan. Temuan penelitian ini juga didukung oleh penelitian yang pernah dilakukan oleh Siska Febriana Ali Lamen (2017) yang menyatakan bahwa *sharia reliability* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri Batam.

4.7.4 Pengaruh Bukti Fisik (*Sharia Tangibles*) Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan Tabel 4.12 diketahui *sharia tangibles* memiliki nilai t hitung sebesar -0,008 dan lebih kecil dari nilai t tabel (1,986) atau $-0,008 < 1,986$. Hal ini menunjukkan hipotesis keempat ditolak dan dapat disimpulkan bahwa *sharia tangibles* memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Sharia tangibles merupakan kemampuan yang dimiliki oleh perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal dengan fasilitas fisik yang dimilikinya. Fasilitas fisik merupakan sarana yang dapat menunjang operasional suatu perusahaan dalam mencapai tujuan-tujuan yang diinginkan. Pada era modern saat ini yang ditunjukkan dengan semakin berkembangnya teknologi-teknologi yang canggih, mengharuskan

bagi setiap perusahaan untuk terus meningkatkan penggunaan teknologi dan fasilitas fisik lainnya dalam menunjang operasionalnya serta untuk terus bertahan hidup dengan persaingan yang semakin ketat.

Berdasarkan hasil analisis regresi linier (Tabel 4.9) dapat diketahui bahwa *sharia tangibles* memiliki pengaruh sebesar 0,001 terhadap kepuasan nasabah BAS KC Banda Aceh. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan nasabah BAS KC Banda Aceh bukan dipengaruhi faktor fasilitas fisik yang dimiliki, melainkan karena faktor lain seperti produk yang ditawarkan berkualitas, harga yang diberikan mampu bersaing, atau karena kemudahan yang dirasakan pihak nasabah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dani Rohmati dan Sunan Fanani (2016) yang menyatakan bahwa *sharia tangibles* memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap kepuasan UJKS Koperasi Karyawan.

4.7.5 Pengaruh Empati Syariah (*Sharia Emphaty*) Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan Tabel 4.12 diketahui *sharia emphaty* memiliki nilai t hitung sebesar 0,956 dan lebih kecil dari nilai t tabel (1,986) atau $0,956 < 1,986$. Hal ini menunjukkan hipotesis kelima ditolak dan dapat disimpulkan bahwa *sharia emphaty* memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Sharia emphaty merupakan kemampuan yang dimiliki oleh perusahaan dalam menyampaikan jasa yang diiringi dengan

pemberian perhatian yang tulus kepada pelanggan, memiliki kemampuan untuk mengetahui keinginan pelanggan dengan tujuan untuk bisa memenuhi kebutuhan pelanggan.

Berdasarkan hasil analisis regresi linier (Tabel 4.9) dapat diketahui bahwa *sharia empathy* memiliki pengaruh sebesar 0,117 terhadap kepuasan nasabah BAS KC Banda Aceh. Hal ini berarti jika *sharia empathy* dinaikkan sebesar 1 satuan, akan berpengaruh kepada meningkatnya kepuasan nasabah BAS KC Banda Aceh sebesar 0,117. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan nasabah BAS KC Banda Aceh bukan dipengaruhi oleh prinsip empati yang telah diterapkan melainkan dipengaruhi oleh faktor lainnya seperti produk yang ditawarkan berkualitas, harga yang diberikan mampu bersaing, atau karena kemudahan yang dirasakan pihak nasabah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dani Rohmati dan Sunan Fanani (2016) yang menyatakan bahwa *sharia empathy* memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap kepuasan UJKS Koperasi Karyawan.

4.7.6 Pengaruh Ketanggapan Syariah (*sharia Responsiveness*) Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan Tabel 4.12 diketahui *sharia responsiveness* memiliki nilai t hitung sebesar 4,053 dan lebih besar dari nilai t tabel (1,986) atau $4,053 > 1,986$. Hal ini menunjukkan hipotesis keenam diterima dan dapat disimpulkan bahwa *sharia responsiveness* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Sharia responsiveness merupakan kemampuan yang dimiliki oleh perusahaan dalam memberikan pelayanan yang cepat, tepat dan tanggap. *Sharia responsiveness* pada dasarnya juga memiliki peran yang penting dalam mewujudkan pelayanan yang memuaskan bagi pelanggan, karena karyawan akan memiliki ketanggapan dalam melayani pelanggan dan semua keluhan-keluhan pelanggan. Hal ini tentu menjadi salah satu yang sangat diperlukan oleh pelanggan dalam menerima pelayanan suatu perusahaan, sehingga tidak tertutup kemungkinan bagi nasabah akan merasa puas ketika perusahaan dapat menyampaikan *sharia responsiveness* sesuai dengan yang diharapkan pelanggan.

Berdasarkan hasil analisis regresi linier (Tabel 4.9) dapat diketahui bahwa *sharia responsiveness* memiliki pengaruh sebesar 0,315 terhadap kepuasan nasabah BAS KC Banda Aceh. Hal ini berarti jika *sharia responsiveness* dinaikkan sebesar 1 satuan, akan berpengaruh kepada meningkatnya kepuasan nasabah BAS KC Banda Aceh sebesar 0,315. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan nasabah BAS KC Banda Aceh sangat dipengaruhi oleh prinsip ketanggapan yang telah diterapkan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dani Rohmati dan Sunan Fanani (2016) yang menyatakan bahwa *sharia responsiveness* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan UJKS Koperasi Karyawan. Temuan penelitian ini juga didukung oleh penelitian yang pernah dilakukan oleh Siska Febriana Ali Lamen (2017) yang menyatakan bahwa

sharia responsiveness memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri Batam.

4.7.7 Pengaruh Kualitas Pelayanan Model CARTER Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan Tabel 4.11 diketahui bahwa variabel *independen* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil perhitungan Uji F yang memiliki nilai F hitung lebih besar dari F tabel atau $16,876 > 2,20$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan yang diterapkan oleh BAS KC Banda Aceh sudah cukup baik dan memiliki pengaruh yang cukup tinggi dalam menjelaskan kepuasan nasabahnya.

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan menunjukkan bahwa pengaruh dari suatu variabel dengan variabel lainnya cukup tinggi, karena variabel *independen* mampu menjelaskan variabel dependen sebesar 52,1% dan variabel ini memiliki pengaruh yang signifikan. Angka ini menunjukkan bahwa kepuasan nasabah BAS KC Banda Aceh dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan dengan Model CARTER, sedangkan sisanya sebesar 47,9% dijelaskan oleh variabel di luar Model CARTER.

Hasil penelitian yang telah dilakukan menjelaskan bahwa nasabah sudah merasa puas dengan kualitas pelayanan yang telah diterapkan oleh BAS KC Banda Aceh. Kepuasan yang dirasakan oleh nasabah juga dapat dibuktikan terkait kepuasan dari kualitas

pelayanan yang telah diterapkan berdasarkan hasil jawaban mereka dari kuesioner yang telah disebar. Berdasarkan jawaban mereka pada kuesioner yang telah disebar menunjukkan bahwa kepuasan mereka sangat didominasi dengan kriteria yang setuju dan sangat setuju. Oleh sebab itu, hal ini juga sejalan dengan adanya pengaruh yang signifikan dengan nilai yang cukup tinggi dari Model CARTER terhadap kepuasan nasabah BAS KC Banda Aceh.

Berdasarkan hasil perhitungan dan pengujian dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan yang telah diterapkan oleh Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Banda Aceh yang diukur dengan menggunakan Model CARTER, telah memberikan kepuasan bagi nasabahnya. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang telah diterapkan cukup baik dengan nilai 52,1% yang telah mempengaruhi kepuasan nasabahnya.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai pengaruh kualitas pelayanan dengan model CARTER terhadap kepuasan nasabah Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Banda Aceh dengan sampel seluruh nasabah pada bank tersebut, hanya tiga hipotesis yang dapat diterima, sedangkan empat hipotesis lainnya gagal diterima. Adapun kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil pengujian terhadap *sharia compliance* menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan nasabah Bank Aceh Syariah tidak dipengaruhi oleh kepatuhan para karyawannya terhadap syariah. Kepatuhan terhadap penegakan syariah merupakan hal yang harus dipenuhi bagi bank syariah dalam menjalankan operasionalnya. Kepatuhan terhadap syariah tidak menjadi hal yang berpengaruh terhadap kepuasan nasabah yang belum paham perbedaan antara bank syariah dan bank konvensional yang bahkan masih menganggap keduanya sama.
2. Dengan menggunakan uji yang sama menunjukkan bahwa *sharia assurance* memiliki pengaruh yang tidak signifikan

terhadap kepuasan nasabah. Kemampuan karyawan dalam menumbuhkan rasa percaya para nasabah tidak memiliki pengaruh untuk menciptakan kepuasan bagi nasabahnya. Kepuasan nasabah merupakan hal yang sangat penting bagi keberlangsungan suatu usaha yang dapat diwujudkan dengan berbagai cara seperti dengan menawarkan produk yang berkualitas, memberikan harga yang murah, dan lain sebagainya.

3. Sedangkan *sharia reliability* menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Aceh Syariah. Perusahaan yang dapat diandalkan memiliki pengaruh yang baik terhadap kepuasan pelanggan. Perusahaan yang dapat diandalkan pada dasarnya akan memengaruhi minat bagi pelanggan untuk terus menggunakan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut, sehingga tidak tertutup kemungkinan bagi para pelanggan akan merasa puas jika perusahaan tersebut sangat dapat diandalkan.
4. *Sharia tangibles* memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah. Fasilitas fisik merupakan sarana yang dapat menunjang operasional suatu perusahaan dalam mencapai tujuan-tujuan yang diinginkan. Pada era modern saat ini yang ditunjukkan dengan semakin berkembangnya teknologi-teknologi yang canggih, mengharuskan bagi setiap perusahaan untuk terus

meningkatkan penggunaan teknologi dan fasilitas fisik lainnya dalam menunjang operasionalnya serta untuk terus bertahan hidup dengan persaingan yang semakin ketat. Namun fasilitas fisik bukan merupakan hal yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah, bahkan fasilitas fisik yang banyak akan memberikan dampak yang tidak baik jika dikelola tidak efektif dan efisien.

5. Berdasarkan pengujian dan pembahasan menunjukkan *sharia empathy* memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah. Kemampuan para karyawan dalam memberikan jasa dengan penuh perhatian kepada nasabah merupakan hal yang penting diperhatikan. Namun kepuasan nasabah Bank Aceh Syariah tidak dipengaruhi oleh sifat empati karyawannya dan akan merasakan kepuasan ketika produk yang ditawarkan sangat berkualitas dengan harga yang lebih murah dan bisa memenuhi kebutuhannya.
6. *Sharia responsiveness* juga menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. *Sharia responsiveness* memiliki pengaruh yang sangat besar dalam memenuhi kepuasan nasabah Bank Aceh Syariah. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan karyawan yang tanggap dalam memecahkan masalah dan keluhan nasabah sangat berperan penting dalam memenuhi kepuasan nasabahnya dalam menyampaikan suatu jasa yang berkualitas.

7. Berdasarkan hasil pengujian terhadap variabel *sharia compliance*, *sharia assurance*, *sharia reliability*, *sharia tangibles*, *sharia emphaty*, dan *sharia responsiveness* menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap kepuasan nasabah.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian terdapat beberapa saran yang peneliti ajukan meliputi :

1. Bagi Bank Aceh Syariah, perlunya dilakukan peningkatan kualitas pelayanan dari segi *sharia tangibles* yang memiliki pengaruh paling kecil dari pada yang lainnya. Peningkatan *sharia tangibles* paling utama dilakukan pada aspek area parkir yang tersedia sudah memadai yang berdasarkan jawaban responden paling banyak menjawab sangat tidak setuju.
2. Peningkatan kualitas pelayanan juga perlu dari segi *sharia assurance* yang memiliki pengaruh paling kecil setelah *sharia tangibles* dan paling utama dilakukan pada aspek menyediakan saran-saran/nasehat keuangan bagi nasabah yang berdasarkan jawaban responden paling banyak menjawab sangat tidak setuju.
3. Selanjutnya peningkatan kualitas pelayanan juga dilakukan dari segi *sharia emphaty* yang memiliki pengaruh paling kecil yang ketiga, terutama yang paling perlu ditingkatkan pada aspek karyawan memberikan perhatian yang baik

kepada nasabah dalam bertransaksi yang berdasarkan jawaban responden paling banyak menjawab tidak setuju.

4. Peningkatan kualitas pelayanan terakhir perlu dilakukan dari segi *sharia compliance* yang juga memiliki pengaruh yang kecil. Peningkatan ini paling utama dilakukan pada aspek menyediakan bagi hasil pada produk investasi yang berdasarkan jawaban responden paling banyak menjawab sangat tidak setuju.
5. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini hanya menggunakan satu variabel terikat (*dependen*) yaitu kepuasan nasabah, sehingga dapat dilakukan dengan menambah variabel *dependen* lainnya seperti loyalitas nasabah, citra perusahaan, dan lainnya.
6. Selanjutnya penelitian ini hanya terbatas pada objek penelitian tertentu yaitu nasabah Bank Aceh Syariah KC Banda Aceh, sehingga dapat dilakukan dengan menggunakan populasi seluruh nasabah bank syariah yang ada di Kota Banda Aceh.
7. Selanjutnya penelitian ini hanya menggunakan sebanyak 35 komponen kualitas pelayanan dari dimensi CARTER dengan jenis penelitian bersifat kuantitatif, sehingga dapat dilakukan dengan menambah jumlah komponen kualitas pelayanan serta dengan penelitian yang bersifat campuran (*mix method*).

DAFTAR PUSTAKA

- A. Gima Sugiama. 2008. *Metode Riset Bisnis dan Manajemen*. Bandung: Guardaya Intimarta.
- Abdullah, M. Ma'ruf. 2006. *Hukum Perbankan dan Perkembangan Bank Syariah di Indonesia*. Banjarmasin: Antasari Press.
- Afrianto, Dedy. *Market Share Perbankan Syariah Indonesia Hanya 5,3%, Jokowi: Di Malaysia Sudah 23,8%*.
<https://economy.okezone.com/read/2017/07/27/320/1745134/market-share-perbankan-syariah-indonesia-hanya-5-3-jokowi-di-malaysia-sudah-23-8>. Akses 27 Juli 2017.
- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Bank Aceh Syariah. 2016. *Annual Report Bank Aceh Syariah 2016: Meretas Jalan Menjemput Hidayah*. Banda Aceh.
- Berry, L. Leonard and Parasuraman A. 1991. *A Marketing services*. New york: The Free Press.
- Cahyani, Putri Dwi. 2009. *Analisis Kualitas Jasa Pada Bisnis Perbankan Syariah Berdasarkan Adaptasi Model CARTER Pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Surakarta*. Skripsi. (Surakarta: UNS)
- Djarwanto PS. 2001. *Statistik Non Parametrik*, Bagian I Edisi 3 : BPFE-UGM Yogyakarta, Cetakan Pertama.
- Febriana Ali Lamen, Siska. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Batam*. Skripsi. (Batam: Politeknik Negeri Batam)
- Freddy, Rangkuti. 2002. *Measuring Customer Satisfaction* (cetakan ketiga). Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

- Gaspersz, Vincent. 1997. *Manajemen Kualitas*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Gaspersz, Vincent. 2002. *Manajemen Kualitas dalam Industri Jasa*. Jakarta: Gramedia.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*, edisi ke lima Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Yogyakarta: Universitas Diponegoro.
- Gulo. W. 2007. *Metodologi Penelitian*. Jakarta : Grasindo.
- Hair, J. F. 1998. *Multivariate Data Analysis (Fifth Edition)*. Internasional Edition. Prentice Hall.
- Hasan. 2006. *Pengaruh Kualitas Jasa Bank Syariah Terhadap Kepuasan Naasabah Pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Semarang*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. Vol.1, No.1.
- Husein, Umar. 2004. *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*. Cet ke 6. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Janie, D. N. A. (2012). *Statistika Deskriptif & Regresi Linier Berganda dengan SPSS*. *Jurnal, April*.
- Kotler Philip.1980. *Marketing Managemen*, diterjemahkan oleh benyamin Molan dengan judul, *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Prenhalindo.

- Kotler, Philip. 1994. *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, Philip. 1999. *Kotler on Marketing: How to Create, Win, and Dominate Markets*. New York, NY: Free Press.
- Laporan Statistik Perbankan Syariah. <http://www.ojk.go.id>. Akses tanggal 17 Februari 2016.
- Lovelock. 1988. *Managing Service: Marketing, Operation, and Human Resources*. London: Prentice-Hall International, Inc.
- Lovelock, Christoper H. 1992. *Managing Service: Marketing, Operating and Human Resources*. Prentice Hall International, Inc. New Jersey. USA.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa : Teori dan Praktik*. Jakarta: Salemba Empat.
- Maksum, Ali. 2012. *Metodologi Penelitian dalam Olahraga*. Surabaya: Unesa University Press.
- Martila, J. A. and J. c. James. 1997. *Importance Performance Analysis*. Journal of Marketing 41, 77-79.
- Nawawi, Hadari. 2001. *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Bisnis yang Kompetitif*. Cetakan Keempat. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Nazir. 1988. *Metode Penelitian*. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Normann. 1992. *Service Management*. Chicester, England: Wiley & Son.

- Othman, A. & L. Owen. 2001. *Adopting and Measuring Customer Service Quality (SQ) in Islamic Banks: A Case Study in Kuwait Finance House. International Journal of Islamic Financial Services*. Vol. 3. No. 1, hlm. 51-60.
- Parasuraman, A, Zeithaml, Valarie A., and Berry, L.L. 1985. *A Conceptual Model of Service Quality and Its Implication for Future Research. Journal of Marketing*, Vol. 49
- Parasuraman, et al. 1994. *Service Quality: A Multiple Item Scale For Measuring Consumer Perception Of Service Quality*.
- Parasuraman, Zeithaml and Berry. 1995. *Delivery Quality Service, Balancing Customer Perception and Expectation*. New York: The Free Press, A Division of Macmillan.
- Peter J. Paul dan Jerry C. Olson. 2003. *Consumer Behavior*. Jakarta: Erlangga.
- Rohmati, Dani dan Sunan Fanani. 2016. *Implementasi Kualitas Pelayanan Pendekatan CARTER Dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan UJKS Koperasi Karyawan*. Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan. Vol. 3. No. 3.
- Santoso. Singgih. 2010. *Statistik Multivariat*. Jakarta : PT Gramedia.
- Santoso, Singgih & Tjiptono. 2001. *Riset Pemasaran, Kosep dan Aplikasi dengan SPSS*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Santoso, Singgih & Tjiptono. 2001. *Riset Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sarwono, Jonathan. 2006. *Analisis Jalur untuk Riset Bisnis dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi.

- Sekaran. Uma. 2000. *Research Methods for business: A Skill Building Approach*. Singapore: John Wiley & Sons, Inc.
- Sekaran, Uma. 2003. *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Singarimbun, Masri dan Sofian Efendi. 1995. *Metode Penelitian Survei, Edisi Revisi*. Jakarta: PT. Pustaka LP3ES.
- Soviyanti, E. & Wakhid. 2007. *Adapting Islamic Banks CARTER Model: An Empirical Study in Riau's Syariah Banks, Indonesia. Journal of CARTER Model*, Vol. 2, hlm. 81-90.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, P. D. (2013). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Sulhan dan Ely Siswanto. 2008. *Manajemen Bank: Konvensional dan Syariah*. Malang: UIN Malang Press.
- Susanto, Burhanuddin. 2008. *Hukum Perbankan Syariah di Indonesia*. Yogyakarta: UII Press.
- Tjiptono, F. 1999. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. & Chandra, G. 2005. *Service Quality And Satisfaction*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta.
- Wahyuningsih. 2014. *Tingkat Kualitas Pelayanan Dengan Model CARTER Pada BPD DIY Syariah*. Skripsi. (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga)
- Yoeti, O. A. 2001. *Ilmu Pariwisata: Sejarah, Perkembangan dan Prospeknya*. Jakarta: Pertija.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Situs : www.uin-ar-raniry-web.id/fakultas-ekonomi-dan-bisnis

SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN AR-RANIRY DARUSSALAM BANDA ACEH

Nomor : 2576/Un.08/FEBI/PP.00.9/10/2017

T E N T A N G

Penetapan Pembimbing Skripsi
Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

- Menimbang : a. Bahwa untuk kelancaran penulisan Skripsi mahasiswa Prodi Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka dipandang perlu menunjukan pembimbing Skripsi tersebut;
- b. Bahwa yang namanya tercantum dalam Surat Keputusan ini dipandang mampu dan cakap serta memenuhi syarat untuk diangkat sebagai pembimbing Skripsi mahasiswa Prodi Perbankan Syariah.
- Mengingat : 1. Undang-undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang-Undang No. 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
3. Peraturan Pemerintah No. 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
4. Peraturan Presiden No. 64 Tahun 2013 tentang Perubahan Institut Agama Islam Negeri Ar-Raniry Menjadi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh;
5. Peraturan Menteri Agama RI No. 12 Tahun 2014, tentang Organisasi dan Tata Kerja Universitas Islam Negeri Ar-Raniry;
6. Peraturan Menteri Agama RI No. 21 Tahun 2015, Tentang Statuta UIN Ar-Raniry Banda Aceh;
7. Surat Keputusan Rektor UIN Ar-Raniry No. 01 Tahun 2015, Tentang Pendelegasian Wewenang Kepada Para Dekan dan Direktur PPs UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

MEMUTUSKAN

Menetapkan :

Pertama :

Menunjuk Saudara (i) :

a. Dr. Azharyah, SE, M.S.O.M

Sebagai Pembimbing I

b. Evi Iskandar S.E., M.Si., Ak.CA, CPAI

Sebagai Pembimbing II

untuk membimbing Skripsi Mahasiswa (i) :

Nama : Agam Suherman

NIM : 140603027

Prodi : Perbankan Syariah

Judul : Analisis Tingkat Kualitas Pelayanan Bank Aceh Syariah dengan Cabang Banda Aceh.

Kedua :

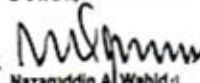
Surat Keputusan ini mulai berlaku sejak tanggal ditetapkan dengan ketentuan bahwa segala sesuatu akan diubah dan diperbaiki kembali sebagaimana mestinya apabila ternyata terdapat kekeliruan dalam keputusan ini.

Kutipan Surat Keputusan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Banda Aceh

Pada tanggal : 19 Oktober 2017

Dekan,


(Nazaruddin A. Wahid)

Tembusan :

1. Rektor UIN Ar-Raniry;
2. Ketua Prodi Perbankan Syariah;
3. Mahasiswa yang bersangkutan;
4. Arsip.

8. Lama menjadi nasabah :
- | | |
|------------------------|--------------------|
| a) Kurang dari 1 tahun | b) 1 – 2 tahun |
| c) 2,1 – 3 tahun | d) 3,1 – 4 tahun |
| e) 4,1 – 5 tahun | f) Di atas 5 tahun |

KUALITAS PELAYANAN

KANTOR BANK ACEH SYARIAH KC BANDA ACEH

Jawablah pertanyaan-pertanyaan yang ada di bawah ini mengenai persepsi anda masing-masing terhadap kualitas pelayanan yang diterapkan oleh Bank Aceh Syariah KC Banda Aceh dengan memberikan tanda silang (x) pada kolom yang tersedia dengan keterangan sebagai berikut:

- 1 : Sangat tidak setuju
- 2 : Tidak setuju
- 3 : Netral
- 4 : Setuju
- 5 : Sangat setuju

KUALITAS PELAYANAN

NO.	PERTANYAAN	JAWABAN				
		Sangat tidak setuju	Tidak setuju	Netral	Setuju	Sangat setuju
Kepatuhan (Compliance)						
1	Akad/kesepakatan sesuai dengan syariat Islam	1	2	3	4	5

2	Menjalankan amanah yang dipercayakan oleh nasabah	1	2	3	4	5
3	Memberikan pinjaman bebas bunga	1	2	3	4	5
4	Tidak menggunakan sistem bunga pada tabungan	1	2	3	4	5
5	Menyediakan bagi hasil pada produk investasi	1	2	3	4	5
Jaminan (Assurance)						
6	Karyawan bersikap sopan pada nasabah	1	2	3	4	5
7	Nasabah merasa aman dalam melakukan transaksi	1	2	3	4	5
8	Karyawan mempunyai pengetahuan untuk menjawab pertanyaan nasabah	1	2	3	4	5
9	Karyawan mampu dalam menyelesaikan pekerjaannya tanpa melakukan kesalahan	1	2	3	4	5
10	Kemudahan nasabah dalam memperoleh informasi rekening	1	2	3	4	5

11	Menyediakan saran-saran/nasehat keuangan bagi nasabah	1	2	3	4	5
12	Keamanan dalam bertransaksi yang terjamin bagi nasabah	1	2	3	4	5
Keandalan (<i>Reliability</i>)						
13	Adanya penambahan karyawan pada jam sibuk	1	2	3	4	5
14	Memberikan pelayanan tepat waktu sesuai yang dijanjikan	1	2	3	4	5
15	Kemampuan karyawan dalam memecahkan masalah nasabah	1	2	3	4	5
16	Ketepatan dalam melakukan pencatatan transaksi nasabah	1	2	3	4	5
17	Waktu (jam) layanan yang optimal	1	2	3	4	5
18	Kualitas ATM yang baik	1	2	3	4	5
Bukti Fisik (<i>Tangibility</i>)						
19	Fasilitas ruang tunggu yang nyaman	1	2	3	4	5

20	Loket pelayanan yang bersih dan nyaman	1	2	3	4	5
21	Penggunaan sistem antrian digital yang baik	1	2	3	4	5
22	Jumlah mesin ATM yang memadai	1	2	3	4	5
23	Penggunaan teknologi secara baik dalam operasional bank	1	2	3	4	5
24	Peletakan brosur, slip setoran dan penarikan yang tertata dengan baik	1	2	3	4	5
25	Area parkir yang tersedia sudah memadai	1	2	3	4	5
Empati (<i>Emphaty</i>)						
26	Kesamaan perlakuan terhadap nasabah	1	2	3	4	5
27	Selalu menjaga hubungan baik dengan nasabah	1	2	3	4	5
28	Karyawan memberikan perhatian yang baik kepada nasabah dalam bertransaksi	1	2	3	4	5

29	Penggunaan bahasa yang tidak menyakiti nasabah	1	2	3	4	5
30	Nasabah merasa dimudahkan dengan layanan <i>e-banking</i>	1	2	3	4	5
Ketanggapan (<i>Responsiveness</i>)						
31	Karyawan teliti dalam memberikan pelayanan	1	2	3	4	5
32	Kecepatan pelayanan karyawan terhadap nasabah	1	2	3	4	5
33	Kemauan para karyawan dalam membantu nasabah	1	2	3	4	5
34	Karyawan selalu memberikan respon yang baik dalam menanggapi keluhan nasabah	1	2	3	4	5
35	Mempunyai cabang yang tersedia dengan cukup	1	2	3	4	5

**KEPUASAN NASABAH TERHADAP KUALITAS
PELAYANAN
KANTOR BANK ACEH SYARIAH KC BANDA ACEH**

Jawablah pertanyaan-pertanyaan yang ada di bawah ini mengenai persepsi anda masing-masing terhadap kualitas pelayanan yang diterapkan oleh Bank Aceh Syariah KC Banda Aceh dengan memberikan tanda silang (x) pada kolom yang tersedia dengan keterangan sebagai berikut:

- 1 : Sangat tidak setuju
- 2 : Tidak setuju
- 3 : Netral
- 4 : Setuju
- 5 : Sangat setuju

KEPUASAN NASABAH

NO.	PERTANYAAN	JAWABAN				
		Sangat tidak setuju	Tidak setuju	Netral	Setuju	Sangat setuju
Pernyataan Kepuasan Pelanggan Secara Keseluruhan						
1	Secara keseluruhan pelayanan di	1	2	3	4	5

	bank ini cukup memuaskan					
Pernyataan Dimensi Kualitas Pelayanan						
2	Bank ini mampu memberikan pelayanan sesuai kebutuhan saya	1	2	3	4	5
Pernyataan Konfirmasi Harapan						
3	Kinerja bank ini sudah sesuai dengan harapan saya	1	2	3	4	5
Pernyataan Niat Beli Ulang						
4	Saya akan melakukan transaksi di bank ini lagi di kemudian hari	1	2	3	4	5
Kesediaan untuk Merekomendasi						
5	Saya akan merekomendasikan bank ini ke pihak lain	1	2	3	4	5

Lampiran 2 : Jawaban Responden

No	Compliance					Assurance							Reliability						
	C1	C2	C3	C4	C5	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	R1	R2	R3	R4	R5	R6	
1	4	4	5	5	5	5	5	5	3	4	4	5	3	3	4	4	4	3	
2	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	3	5	4	4	5	
3	4	5	5	5	1	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	
5	4	4	4	4	5	5	5	4	3	5	4	5	4	4	5	4	5	5	
6	4	3	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	3	3	4	4	4	4	
7	3	4	4	5	5	4	4	4	4	3	3	4	3	5	3	5	4	3	
8	2	4	5	3	3	4	4	4	5	5	5	3	3	2	4	2	2	4	
9	3	3	3	4	5	4	4	5	5	4	3	2	4	5	5	3	3	2	
10	4	4	4	4	5	4	5	4	3	4	3	5	4	4	4	5	4	3	
11	4	5	5	5	3	3	4	4	5	3	4	3	4	4	4	5	5	3	
12	3	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	3	
13	5	3	4	4	2	5	5	4	3	4	3	5	4	3	4	4	4	5	
14	4	4	5	5	5	5	5	5	3	4	4	5	3	3	4	4	5	5	
15	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	3	5	4	4	4	

16	3	3	2	2	4	4	4	5	3	2	4	3	4	5	4	4	5	4
17	4	4	5	5	5	5	5	4	3	4	3	5	5	4	4	3	5	4
18	3	4	5	5	5	5	5	4	3	3	3	5	3	3	4	4	4	3
19	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	3	4	5	4	5	5
20	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	3	5	3	4	4	5	5	4
21	4	5	3	4	3	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	4
22	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	3	5	5	5
23	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
24	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4
25	2	3	2	3	4	2	3	3	2	1	2	3	1	3	2	4	3	2
26	2	3	4	4	4	4	5	3	5	5	2	5	2	4	4	5	4	5
27	5	4	5	5	5	5	5	5	4	3	4	5	4	4	4	4	5	5
28	5	4	4	4	5	5	5	3	3	5	4	5	3	3	4	5	4	3
29	3	4	4	4	5	5	5	4	4	3	2	5	3	4	5	3	3	2
30	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4
31	2	3	3	3	4	4	4	4	5	5	4	3	3	5	5	4	4	3
32	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	3	4	4	4	5	5	3
33	4	5	5	3	4	4	5	3	4	5	4	5	4	4	5	4	3	4
34	4	5	4	3	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	3	4

35	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	3
36	4	4	4	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	4	4	5	4	4
37	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5
38	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	3	4
39	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	3	5	5	4	4	4	4
40	4	4	4	3	5	5	4	4	3	4	4	5	5	5	4	5	5	3
41	3	3	5	5	5	5	5	3	4	4	5	5	2	3	5	5	4	5
42	5	3	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5
43	4	4	4	4	3	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5
44	3	4	4	4	5	5	5	5	3	4	4	5	4	3	5	3	5	4
45	5	3	3	3	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5
46	5	4	4	5	5	5	5	4	3	5	4	5	4	5	5	4	4	5
47	5	4	4	4	5	4	3	3	4	5	5	5	2	4	5	4	4	5
48	5	5	5	5	3	5	4	5	4	5	4	5	4	3	5	5	4	5
49	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5
50	5	5	5	5	3	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4
51	4	4	4	4	5	5	5	5	3	4	5	5	4	4	5	5	5	4
52	3	3	4	4	5	5	4	4	3	4	5	5	4	5	5	5	4	4
53	5	5	5	5	4	5	5	4	3	4	5	5	4	4	5	5	5	4

54	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4
55	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	3	4	5
56	4	3	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5
57	4	4	5	5	5	5	5	4	3	5	4	5	3	3	4	4	5	3
58	3	3	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	3	3	4	4	4
59	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4
60	4	4	4	4	4	5	5	4	3	5	4	5	4	4	5	4	4	4
61	4	4	4	3	3	3	4	3	3	2	2	3	4	3	3	3	3	4
62	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4
63	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3
64	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3
65	5	4	5	5	4	5	5	3	4	4	3	5	3	3	3	3	4	5
66	5	5	2	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5
67	4	4	5	5	5	5	5	5	4	3	3	4	4	3	4	3	5	5
68	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	3	4	3	5	4	4	3	3
69	4	4	4	4	5	5	5	4	3	4	4	5	3	3	4	4	4	3
70	4	3	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5
71	3	3	4	4	5	4	4	3	3	3	4	5	3	2	3	4	2	4
72	4	3	4	4	5	4	5	4	3	5	4	5	2	3	4	4	4	4

73	4	4	3	3	4	5	5	3	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5
74	4	3	3	3	5	5	5	5	3	5	4	5	3	3	4	4	4	5
75	4	4	5	5	5	5	5	4	3	5	4	5	4	3	4	4	5	5
76	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4
77	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	5	5
78	4	3	4	4	5	5	5	3	3	4	4	5	4	3	4	5	5	4
79	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5
80	3	3	4	4	4	5	5	4	3	5	4	5	4	3	4	4	4	3
81	4	4	4	4	3	5	5	4	4	5	3	5	3	3	4	4	4	4
82	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4
83	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	3	5	4	4	4	4	4	4
84	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5
85	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4
86	3	3	5	5	5	5	5	4	3	5	4	5	4	3	4	4	4	3
87	4	4	4	4	3	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5
88	3	3	3	3	4	4	5	4	4	4	5	5	5	3	5	5	4	4
89	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4
90	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5
91	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5	5	5	3	4	4	4	4	4

92	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	1	1	3	4	4	4	4	4
93	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4
94	4	4	2	3	5	5	5	4	4	4	1	5	2	4	4	4	4	3
95	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5
96	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4
97	3	4	3	4	4	5	4	3	3	2	4	3	3	3	4	3	3	4
98	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4
99	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	2	4	4	4	4	4
100	3	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5

No	Tangibles							Emphaty				
	T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	E1	E2	E3	E4	E5
1	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5
2	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5
5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5
6	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5
7	4	5	5	4	5	5	4	4	3	4	4	5

8	5	5	5	4	4	5	3	5	4	5	3	4
9	5	4	4	4	3	4	5	5	5	4	4	5
10	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5
11	5	3	4	4	5	3	5	3	4	4	5	4
12	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5
13	5	5	5	3	4	4	4	5	5	5	5	5
14	5	5	4	3	5	4	5	5	5	4	5	3
15	5	4	4	3	5	4	5	5	5	5	4	4
16	4	5	5	3	3	4	4	3	5	4	5	4
17	5	5	5	4	4	4	3	5	5	4	5	5
18	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4
19	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4
20	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4
21	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4
22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
24	3	3	3	4	4	5	5	4	4	4	5	5
25	4	3	3	1	3	3	2	3	3	2	3	3
26	5	5	2	4	4	5	1	4	3	3	4	4

27	5	5	5	3	4	3	3	5	4	4	5	5
28	5	5	5	3	3	5	5	5	5	4	5	5
29	4	5	5	5	4	4	5	3	3	2	5	5
30	5	5	5	4	4	3	3	3	5	5	3	4
31	4	4	4	3	3	4	3	4	5	4	4	5
32	4	4	4	5	5	5	3	4	4	3	5	4
33	5	5	5	4	4	4	3	4	5	5	4	4
34	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4
35	4	4	3	4	4	5	2	4	4	5	5	4
36	4	5	4	5	5	3	4	5	5	4	4	5
37	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4
38	5	5	5	4	4	5	3	3	5	4	4	4
39	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	3
40	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5
41	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5
42	5	5	4	4	3	3	2	5	5	5	5	4
43	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5
44	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5
45	4	4	5	4	5	3	5	5	5	5	5	5

65	5	5	4	4	4	4	3	4	4	5	4	3
66	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5
67	3	4	3	3	4	4	1	3	4	3	2	3
68	4	4	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4
69	4	5	5	3	5	4	4	5	5	4	5	4
70	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5
71	4	5	5	2	3	3	2	4	5	4	4	4
72	5	5	5	3	4	4	3	5	5	4	5	4
73	5	5	4	3	4	3	4	5	5	4	4	4
74	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4
75	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5
76	4	4	3	5	5	4	5	5	4	4	4	5
77	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4
78	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4
79	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5
80	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4
81	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5
82	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4
83	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	3

No	Responsiveness					Kepuasan Nasabah				
	RE1	RE2	RE3	RE4	RE5	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5
1	5	5	5	5	4	5	4	4	5	4
2	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4
5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4
6	4	4	5	5	4	4	4	3	4	4
7	4	3	2	3	2	3	3	3	3	3
8	5	3	4	3	4	4	3	3	4	3
9	3	4	4	2	2	3	4	4	5	3
10	3	3	3	4	3	5	5	3	4	3
11	2	3	4	3	3	4	3	4	4	3
12	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3
13	5	5	5	4	3	4	5	5	5	5
14	4	3	4	5	5	5	5	4	5	5
15	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
16	2	2	3	3	2	4	4	3	4	3
17	5	4	4	5	3	5	4	4	5	4

18	4	5	5	4	3	5	4	4	5	5
19	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4
20	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4
21	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4
22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3
23	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4
24	4	4	4	3	5	5	4	4	3	4
25	4	2	4	4	3	3	3	2	3	4
26	4	3	3	3	2	4	3	4	3	2
27	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5
28	5	4	5	5	3	5	4	5	4	4
29	4	4	5	3	2	3	3	4	4	3
30	4	5	4	5	3	4	4	4	4	4
31	4	4	4	3	2	4	4	3	4	3
32	5	5	4	3	3	5	4	4	4	3
33	3	4	4	4	2	4	4	4	4	4
34	4	4	4	3	3	5	4	4	5	4
35	5	4	5	5	5	5	4	3	4	3
36	5	5	3	4	5	4	4	5	5	5

37	5	5	4	4	3	5	5	4	5	4
38	5	4	3	3	2	4	4	4	4	3
39	4	3	4	3	5	5	5	5	4	4
40	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5
41	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4
42	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5
43	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4
44	5	3	5	5	4	5	4	3	5	4
45	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5
46	5	4	5	4	2	5	5	3	5	4
47	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5
48	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4
49	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4
50	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4
51	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4
52	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4
53	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
54	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4
55	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5

56	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4
57	5	2	4	5	4	4	4	4	4	4
58	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4
59	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4
60	5	3	4	4	4	4	4	5	5	4
61	3	4	3	3	4	3	3	3	3	2
62	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4
63	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4
64	5	5	4	4	5	4	4	3	3	3
65	3	3	3	4	5	3	3	2	3	3
66	5	4	5	5	4	3	3	3	4	4
67	3	4	3	4	3	4	4	4	5	3
68	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5
69	4	3	4	4	3	5	4	4	4	5
70	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5
71	4	3	4	4	2	4	3	3	3	3
72	4	3	4	5	4	5	3	4	4	3
73	5	3	5	5	4	5	4	4	5	4
74	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4

94	4	4	4	4	3	4	5	4	4	3
95	5	5	5	5	3	4	5	5	4	4
96	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
97	4	4	4	4	5	4	4	4	3	3
98	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
99	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
100	5	5	5	5	5	4	4	3	3	3

Lampiran 3 : Uji Validitas

1. Uji Validitas Variabel *Compliance*

		Correlations				
		C1	C2	C3	C4	C5
C1	Pearson					
	Correlation	1	.483**	.297**	.273**	.127
	Sig. (2-tailed)		.000	.003	.006	.208
	N	100	100	100	100	100
C2	Pearson					
	Correlation	.483**	1	.319**	.241*	-.127
	Sig. (2-tailed)	.000		.001	.016	.209
	N	100	100	100	100	100
C3	Pearson					
	Correlation	.297**	.319**	1	.726**	.159
	Sig. (2-tailed)	.003	.001		.000	.114
	N	100	100	100	100	100
C4	Pearson					
	Correlation	.273**	.241*	.726**	1	.215*
	Sig. (2-tailed)	.006	.016	.000		.032
	N	100	100	100	100	100
C5	Pearson					
	Correlation	.127	-.127	.159	.215*	1
	Sig. (2-tailed)	.208	.209	.114	.032	
	N	100	100	100	100	100
Compliance	Pearson					
	Correlation	.679**	.557**	.774**	.756**	.460**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100

Correlations		Compliance
C1	Pearson Correlation	.679**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
C2	Pearson Correlation	.557**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
C3	Pearson Correlation	.774**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
C4	Pearson Correlation	.756**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
C5	Pearson Correlation	.460**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
Compliance	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	100

2. Uji Validitas Variabel Assurance

		Correlations					
		A1	A2	A3	A4	A5	A6
A1	Pearson Correlation	1	.478**	.295**	-.033	.331**	.209*
	Sig. (2-tailed)		.000	.003	.747	.001	.037
	N	100	100	100	100	100	100
A2	Pearson Correlation	.478**	1	.145	-.046	.314**	.038
	Sig. (2-tailed)	.000		.151	.647	.001	.705
	N	100	100	100	100	100	100
A3	Pearson Correlation	.295**	.145	1	.205*	.126	.140
	Sig. (2-tailed)	.003	.151		.040	.213	.165
	N	100	100	100	100	100	100
A4	Pearson Correlation	-.033	-.046	.205*	1	.304**	.163
	Sig. (2-tailed)	.747	.647	.040		.002	.106
	N	100	100	100	100	100	100
A5	Pearson Correlation	.331**	.314**	.126	.304**	1	.443**
	Sig. (2-tailed)	.001	.001	.213	.002		.000
	N	100	100	100	100	100	100
A6	Pearson Correlation	.209*	.038	.140	.163	.443**	1
	Sig. (2-tailed)	.037	.705	.165	.106	.000	
	N	100	100	100	100	100	100
A7	Pearson Correlation	.447**	.418**	.068	-.163	.402**	.341**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.500	.105	.000	.001
	N	100	100	100	100	100	100
Assurance	Pearson Correlation	.637**	.520**	.447**	.358**	.756**	.645**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100

Correlations

		A7	Assurance
A1	Pearson Correlation	.447**	.637**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000
	N	100	100
A2	Pearson Correlation	.418**	.520**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000
	N	100	100
A3	Pearson Correlation	.068	.447**
	Sig. (2-tailed)	.500	.000
	N	100	100
A4	Pearson Correlation	-.163	.358**
	Sig. (2-tailed)	.105	.000
	N	100	100
A5	Pearson Correlation	.402**	.756**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000
	N	100	100
A6	Pearson Correlation	.341**	.645**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000
	N	100	100
A7	Pearson Correlation	1	.643**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	100	100
Assurance	Pearson Correlation	.643**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100

3. Uji Validitas Variabel *Reliability*

		Correlations					
		R1	R2	R3	R4	R5	R6
R1	Pearson Correlation	1	.374**	.344**	.163	.299**	.279**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.106	.003	.005
	N	100	100	100	100	100	100
R2	Pearson Correlation	.374**	1	.303**	.263**	.220*	.057
	Sig. (2-tailed)	.000		.002	.008	.028	.572
	N	100	100	100	100	100	100
R3	Pearson Correlation	.344**	.303**	1	.253*	.246*	.252*
	Sig. (2-tailed)	.000	.002		.011	.014	.011
	N	100	100	100	100	100	100
R4	Pearson Correlation	.163	.263**	.253*	1	.378**	.023
	Sig. (2-tailed)	.106	.008	.011		.000	.822
	N	100	100	100	100	100	100
R5	Pearson Correlation	.299**	.220*	.246*	.378**	1	.308**
	Sig. (2-tailed)	.003	.028	.014	.000		.002
	N	100	100	100	100	100	100
R6	Pearson Correlation	.279**	.057	.252*	.023	.308**	1
	Sig. (2-tailed)	.005	.572	.011	.822	.002	
	N	100	100	100	100	100	100
Reliability	Pearson Correlation	.700**	.594**	.627**	.532**	.668**	.549**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100

Correlations

		Reliability
R1	Pearson Correlation	.700**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
R2	Pearson Correlation	.594**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
R3	Pearson Correlation	.627**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
R4	Pearson Correlation	.532**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
R5	Pearson Correlation	.668**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
R6	Pearson Correlation	.549**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
Reliability	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	100

4. Uji Validitas Variabel *Tangibles*

		Correlations					
		T1	T2	T3	T4	T5	T6
T1	Pearson Correlation	1	.468**	.442**	.179	.183	.219*
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.075	.068	.028
	N	100	100	100	100	100	100
T2	Pearson Correlation	.468**	1	.453**	.063	.101	.282**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.534	.317	.004
	N	100	100	100	100	100	100
T3	Pearson Correlation	.442**	.453**	1	.231*	.248*	.145
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.021	.013	.150
	N	100	100	100	100	100	100
T4	Pearson Correlation	.179	.063	.231*	1	.446**	.375**
	Sig. (2-tailed)	.075	.534	.021		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
T5	Pearson Correlation	.183	.101	.248*	.446**	1	.230*
	Sig. (2-tailed)	.068	.317	.013	.000		.021
	N	100	100	100	100	100	100
T6	Pearson Correlation	.219*	.282**	.145	.375**	.230*	1
	Sig. (2-tailed)	.028	.004	.150	.000	.021	
	N	100	100	100	100	100	100
T7	Pearson Correlation	.226*	.043	.329**	.333**	.391**	.233*
	Sig. (2-tailed)	.024	.668	.001	.001	.000	.020
	N	100	100	100	100	100	100
Tangibles	Pearson Correlation	.582**	.496**	.654**	.656**	.619**	.570**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100

Correlations

		T7	Tangibles
T1	Pearson Correlation	.226*	.582**
	Sig. (2-tailed)	.024	.000
	N	100	100
T2	Pearson Correlation	.043	.496**
	Sig. (2-tailed)	.668	.000
	N	100	100
T3	Pearson Correlation	.329**	.654**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000
	N	100	100
T4	Pearson Correlation	.333**	.656**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000
	N	100	100
T5	Pearson Correlation	.391**	.619**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000
	N	100	100
T6	Pearson Correlation	.233*	.570**
	Sig. (2-tailed)	.020	.000
	N	100	100
T7	Pearson Correlation	1	.667**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	100	100
Tangibles	Pearson Correlation	.667**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100

5. Uji Validitas Variabel *Emphaty*

		Correlations					
		E1	E2	E3	E4	E5	Emphat y
E1	Pearson Correlation	1	.508**	.494**	.506**	.214*	.758**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.032	.000
	N	100	100	100	100	100	100
E2	Pearson Correlation	.508**	1	.446**	.394**	.195	.714**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.051	.000
	N	100	100	100	100	100	100
E3	Pearson Correlation	.494**	.446**	1	.348**	.240*	.723**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.016	.000
	N	100	100	100	100	100	100
E4	Pearson Correlation	.506**	.394**	.348**	1	.401**	.737**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
E5	Pearson Correlation	.214*	.195	.240*	.401**	1	.601**
	Sig. (2-tailed)	.032	.051	.016	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Emphaty	Pearson Correlation	.758**	.714**	.723**	.737**	.601**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

6. Uji Validitas Variabel *Responsiveness*

		Correlations				
		RE1	RE2	RE3	RE4	RE5
RE1	Pearson Correlation	1	.418**	.489**	.512**	.372**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
RE2	Pearson Correlation	.418**	1	.398**	.277**	.287**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.005	.004
	N	100	100	100	100	100
RE3	Pearson Correlation	.489**	.398**	1	.638**	.387**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
RE4	Pearson Correlation	.512**	.277**	.638**	1	.564**
	Sig. (2-tailed)	.000	.005	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
RE5	Pearson Correlation	.372**	.287**	.387**	.564**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.004	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100
Responsiveness	Pearson Correlation	.732**	.633**	.765**	.808**	.752**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100

Correlations		Responsiveness
RE1	Pearson	.732**
	Correlation	
	Sig. (2-tailed)	
	N	
RE2	Pearson	.633**
	Correlation	
	Sig. (2-tailed)	
	N	
RE3	Pearson	.765**
	Correlation	
	Sig. (2-tailed)	
	N	
RE4	Pearson	.808**
	Correlation	
	Sig. (2-tailed)	
	N	
RE5	Pearson	.752**
	Correlation	
	Sig. (2-tailed)	
	N	
Responsiveness	Pearson	1
	Correlation	
	Sig. (2-tailed)	
	N	

7. Uji Validitas Variabel *Kepuasan Nasabah*

		Correlations				
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5
Y1	Pearson	1	.552**	.509**	.548**	.456**
	Correlation					
	Sig. (2-tailed)					
	N					
Y2	Pearson	.552**	1	.520**	.473**	.475**
	Correlation					
	Sig. (2-tailed)					
	N					
Y3	Pearson	.509**	.520**	1	.555**	.489**
	Correlation					
	Sig. (2-tailed)					
	N					
Y4	Pearson	.548**	.473**	.555**	1	.517**
	Correlation					
	Sig. (2-tailed)					
	N					
Y5	Pearson	.456**	.475**	.489**	.517**	1
	Correlation					
	Sig. (2-tailed)					
	N					
Kepuasan_ Nasabah	Pearson	.779**	.768**	.798**	.795**	.758**
	Correlation					
	Sig. (2-tailed)					
	N					

Correlations		Kepuasan_Nasabah
Y1	Pearson Correlation	.779**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
Y2	Pearson Correlation	.768**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
Y3	Pearson Correlation	.798**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
Y4	Pearson Correlation	.795**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
Y5	Pearson Correlation	.758**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
Kepuasan_Nasabah	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	100

Lampiran 4 : Uji Reliabilitas

1. Uji Reliabilitas Variabel *Compliance*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.755	6

2. Uji Reliabilitas Variabel *Assurance*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.734	8

3. Uji Reliabilitas Variabel *Reliability*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.745	7

4. Uji Reliabilitas Variabel *Tangibles*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.745	8

5. Uji Reliabilitas Variabel *Emphaty*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.778	6

6. Uji Reliabilitas Variabel *Responsiveness*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.788	6

7. Uji Reliabilitas Variabel *Kepuasan Nasabah*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.801	6

Lampiran 5 : Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Compliance	100	14.00	25.00	20.6400	2.38903
Assurance	100	16.00	35.00	30.0200	2.94385
Reliability	100	15.00	30.00	24.3600	2.73222
Tangibles	100	19.00	35.00	30.1000	3.08957
Emphaty	100	14.00	25.00	22.3300	2.44559
Responsiveness	100	12.00	25.00	21.3000	2.91461
Kepuasan_Nasabah	100	14.00	25.00	20.9600	2.63971
Valid N (listwise)	100				

Lampiran 6 : Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.722 ^a	.521	.490	1.88446

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

Lampiran 7 : Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	359.579	6	59.930	16.876	.000 ^b
	Residual	330.261	93	3.551		
	Total	689.840	99			

- a. Dependent Variable: Kepuasan_Nasabah
- b. Predictors: (Constant), Responsiveness, Compliance, Reliability, Tangibles, Emphaty, Assurance

Lampiran 8 : Uji Parsial (Uji t)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.085	2.271		-.038	.970
Compliance	.120	.092	.108	1.296	.198
Assurance	.098	.104	.110	.940	.349
Reliability	.260	.093	.269	2.783	.007
Tangibles	-.001	.089	-.001	-.008	.993
Emphaty	.117	.122	.109	.956	.341
Responsivene ss	.315	.078	.348	4.053	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan_Nasabah

Lampiran 9 : Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.085	2.271		-.038	.970
Compliance	.120	.092	.108	1.296	.198
Assurance	.098	.104	.110	.940	.349
Reliability	.260	.093	.269	2.783	.007
Tangibles	-.001	.089	-.001	-.008	.993
Emphaty	.117	.122	.109	.956	.341
Responsiveness	.315	.078	.348	4.053	.000

Lampiran 10 : Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Compliance	.737	1.356
	Assurance	.379	2.637
	Reliability	.552	1.812
	Tangibles	.470	2.130
	Emphaty	.400	2.502
	Responsiveness	.699	1.430

a. Dependent Variable: Kepuasan_Nasabah

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions		
				(Constant)	Compliance	Assurance
1	1	6.961	1.000	.00	.00	.00
	2	.012	24.273	.02	.11	.00
	3	.009	27.570	.01	.61	.02
	4	.006	34.652	.94	.20	.01
	5	.006	35.054	.02	.01	.00
	6	.004	43.140	.00	.02	.15
	7	.003	50.304	.01	.05	.82

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Variance Proportions			
		Reliability	Tangibles	Emphaty	Responsiveness
1	1	.00	.00	.00	.00
	2	.02	.01	.00	.83
	3	.12	.02	.06	.08
	4	.00	.02	.04	.00
	5	.73	.11	.18	.04
	6	.01	.82	.23	.03
	7	.12	.02	.49	.01

a. Dependent Variable: Kepuasan_Nasabah

Lampiran 11 : Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.824	1.397		1.306	.195
	Compliance	.029	.057	.062	.516	.607
	Assurance	-.028	.064	-.073	-.439	.662
	Reliability	-.044	.057	-.105	-.761	.449
	Tangibles	.020	.055	.055	.368	.714
	Emphaty	.039	.075	.084	.520	.604
	Responsiveness	-.027	.048	-.069	-.565	.573

Lampiran 12 : Uji Autokorelasi

Runs Test	
	Unstandardized Residual
Test Value ^a	.16036
Cases < Test Value	50
Cases >= Test Value	50
Total Cases	100
Number of Runs	42
Z	-1.809
Asymp. Sig. (2-tailed)	.070

a. Median

Lampiran 13 : Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.82646304
Most Extreme Differences	Absolute	.065
	Positive	.039
	Negative	-.065
Test Statistic		.065
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

RIWAYAT HIDUP PENULIS

1. Nama Lengkap : Agam Suherman
2. Tempat/Tanggal Lahir: Rantau Gedang / 04 Desember 1996
3. Jenis Kelamin : Laki-Laki
4. Agama : Islam
5. Kebangsaan/Suku : Indonesia/Aceh
6. Status : Belum Kawin
7. Pekerjaan/NIM : Mahasiswa/140603027
8. Alamat : Jl. Lingkar Kampus, Rukoh,
Darussalam
9. Orangtua/Wali
 - a. Ayah : Muhammad Zaini
 - b. Pekerjaan : Wiraswasta
 - c. Ibu : Umi Jamila
 - d. Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
10. Riwayat Pendidikan
 - a. SD/MI : SDN 1 Singkil Berijazah Tahun
2008
 - b. SLTP/MTs : MTsN Singkil Berijazah Tahun
2011
 - c. SMA/MA : MAN Singkil Berijazah Tahun 2014
 - d. Perguruan Tinggi : Jurusan Perbankan Syariah Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-
Raniry, Tahun Masuk 2014

Banda Aceh, 25 Juni 2018
Penulis,

(Agam Suherman)