

**SKRIPSI**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN  
DAN KEPERCAYAAN NASABAH TERHADAP  
KEPUASAN NASABAH  
(Studi Pada PT. Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh)**



**Disusun Oleh:**

**ZAINATUN MASTURA  
NIM. 140603172**

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

**SKRIPSI**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN  
DAN KEPERCAYAAN NASABAH TERHADAP  
KEPUASAN NASABAH  
(Studi Pada PT. Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh)**



**Disusun Oleh:**

**ZAINATUN MASTURA  
NIM. 140603172**

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

## LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan di bawah ini

Nama : Zainatun Mastura  
NIM : 140603172  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan SKRIPSI ini, saya:

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

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

Banda Aceh, 1 November 2018  
Yang Menyatakan



Zainatun Mastura

**LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI**

**SKRIPSI**

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

Dengan Judul:

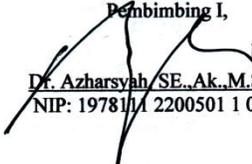
**Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Nasabah  
Terhadap Kepuasan Nasabah  
(Studi Pada PT. Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh)**

Disusun Oleh:

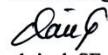
Zainatun Mastura  
NIM: 140603172

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

Pembimbing I,

  
Dr. Azharsyah, SE., Ak., M.S.O.M  
NIP: 1978111 2200501 1 003

Pembimbing II,

  
Syahrival, SE., MM  
NIDN: 210108004

Mengetahui  
Ketua Program Studi Perbankan Syariah

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

**LEMBAR PENGESAHAN SEMINAR HASIL**

SKRIPSI

Zainatun Mastura

NIM: 140603172

Dengan Judul:

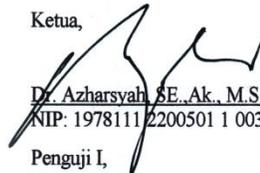
**Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Nasabah  
Terhadap Kepuasan Nasabah  
(Studi Pada PT. Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh)**

Telah diseminarkan Oleh Program Studi Strata Satu (S1)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry dan Dinyatakan  
Lulus Serta Diterima Sebagai Salah Satu Beban Studi Untuk  
Menyelesaikan Program Studi Strata 1 dalam bidang Perbankan Syariah

Pada Hari/Tanggal: Senin, 8 Oktober 2018 M  
28 Muharram 1440 H

Banda Aceh  
Tim Penilai Seminar Hasil Skripsi

Ketua,



Dr. Azharsyah, SE, Ak., M.S.O.M  
NIP: 197811122005011003

Penguji I,



Israk Ahmadisyah, B.Ec., M.Ec., M.Sc  
NIP: 197209072000031001

Sekretaris,



Syahrival, SE., MM  
NIDN: 210108004

Penguji II,



Akmal Riza, SE, M.Si

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



Dr. Zaki Fuad, M.Ag  
NIP: 96403141992031003



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH  
UPT. PERPUSTAKAAN  
Jl. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh  
Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax. 0651-7552922  
Web : [www.library.ar-raniry.ac.id](http://www.library.ar-raniry.ac.id), Email : [library@ar-raniry.ac.id](mailto:library@ar-raniry.ac.id)

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

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Zainatun Mastura  
NIM : 140603172  
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah  
E-mail : [zayiputri@gmail.com](mailto:zayiputri@gmail.com)

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

Tugas Akhir  KKU  Skripsi  .....

Yang berjudul:

**Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada PT. Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh)**

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

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

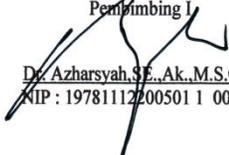
UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh  
Pada tanggal : 1 November 2018

Mengetahui,

Penulis  
  
Zainatun Mastura

Pembimbing I  
  
Dr. Azharsyah, S.E., Ak., M.S.O.M  
NIP : 19781112200501 1 003

Pembimbing II  
  
Syahrival, S.E., MM  
NIDN : 210108004

## LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN

*‘Apapun kondisimu... lara ataupun bahagia,  
jangan pernah jauh-jauh dari Allah’*

(Penulis)

يَا أَيُّهَا النَّاسُ أَنْتُمْ الْفُقَرَاءُ إِلَى اللَّهِ وَاللَّهُ هُوَ الْغَنِيُّ الْحَمِيدُ ﴿١٥﴾

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

إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ﴿٦﴾

*Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.*

(Al-Insyirah: 6)

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

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji penulis panjatkan kepada Allah SWT yang menciptakan langit, bumi dan seluruh jagat raya, yang telah memberikan karunia dan nikmat sehingga Penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Salawat dan salam penulis haturkan ke pangkuan Nabi Muhammad SAW yang tidak lelah mengajak umat mendekatkkkan diri ke perbuatan yang ma'ruf dan menjauhi diri dari perbuatan yang munkar serta tidak pernah putus do'anya untuk mendoakan umat hingga akhir hayatnya, semoga kasih dan sayang selalu dicurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, keluarga, sahabat serta umatnya.

Penulis menyadari untuk membuat suatu penulisan karya ilmiah seperti skripsi, diperlukannya bimbingan moril, pemberian dukungan serta masukan dan saran, supaya penulisan skripsi dapat diselesaikan dengan baik. Untuk itu, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada berbagai pihak yang membantu penulis dalam merealisasikan penyelesaian skripsi ini, diantaranya:

1. Dr. Zaki Fuad, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh yang telah membantu penulis dalam hal penyediaan prasarana dan sarana pembelajaran serta pemberian dukungan moril.
2. Israk Ahmadsyah, B.Ec.,M.Ec.,M.Sc. sebagai Ketua Jurusan dan Ayumiati, S.E.,M.Si. sebagai Sekretaris, serta Mukhlis, S.HI., SE., MH. selaku Operator Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh yang telah memberikan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

3. Dr. Azharsyah, SE.,Ak.,M.S.O.M. dan Syahriyal, SE.,MM. yaitu selaku pembimbing I dan pembimbing II yang telah bersedia untuk meluangkan waktu dan tenaganya, serta kesabaran yang luar biasa dalam membimbing penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
4. Israk Ahmadisyah, B.Ec.,M.Ec.,M.Sc. dan Akmal Riza, SE,M.Si. yaitu selaku Penguji I dan Penguji II yang telah memberikan saran dan masukan yang membangun kepada penulis untuk penyempurnaan skripsi ini.
5. Muhammad Arifin, Ph.D. selaku Ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Arraniry Banda Aceh dan Akmal Riza, SE,M.Si. yang telah membantu penulis dalam penyempurnaan penulisan skripsi ini.
6. Dr. Nurbaety Sofyan, Lc.,M.A. sebagai Penasehat Akademik serta dosen-dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Arraniry Banda Aceh, terkhusus kepada dosen-dosen jurusan Perbankan Syariah yang telah banyak mengajar serta membimbing penulis selama mengikuti perkuliahan.
7. Pimpinan, seluruh staf dan karyawan bank di tempat penulis melakukan penelitian.
8. Teristimewa kepada Ayahanda M. Afdal, A. Ma. dan Ibunda Sri Mulyana S. Pd. atas segala doa' dan dukungan yang tiada henti serta atas segala cinta dan kasih sayang yang tiada bermuara yang diberikan untuk penulis. Kepada adik-adikku tercinta Muhammad Raziq dan Wardian Saputra yang selalu menjadi penyemangat penulis untuk cepat lulus dan bertemu mereka, kepada keluarga besar Pak Nek Hasan dan keluarga besar Pak Nek Saifuddin yang selalu menjadi *mood booster* bagi penulis serta keluarga tempat penulis menyelesaikan Kuliah Pengabdian Masyarakat (KPM) di desa Gampong Baroe, Teunom.

9. Nisa Raudhatul Jannah, S.E., Ulfa Zahara, S.Sos, Ayu Aulia Yossiana, S.E., Nurul Aflah, A.Md., Ema Yulfida S.E., Salmawati S.E., Nurul Hidayati Sardi S.E., Sarini, S.E., Apriyanni S.E., Nutria Rahma S.E., Wirda, Zafrili Rahma, Devi Ropita, S.H. serta teman teman mahasiswa dan mahasiswi Perbankan Syariah yang telah sudi mendukung dan membantu penulis selama ini.

Dan kepada seluruh pihak-pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang sudah banyak memberikan motivasi serta bantuan demi kelancaran penyusunan skripsi ini. Hanya kepada Allah SWT kita berserah diri, semoga yang kita amalkan mendapat ridhoNya. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang sifatnya membangun akan menyempurnakan penulisan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Banda Aceh, 1 November 2018  
Penulis,

Zainatun Mastura

## TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K  
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	Ẓ
3	ت	T	18	ع	'
4	ث	Ṣ	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	Ḥ	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Ẓ	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H
13	ش	Sy	28	ء	'
14	ص	Ṣ	29	ي	Y
15	ض	Ḍ			

## 2. Vokal

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

### a. Vokal Tunggal

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

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

### b. Vokal Rangkap

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

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

Contoh:

كَيْفَ: *kaifa*

هَؤُلَ: *haulā*

### 3. Maddah

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

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

Contoh:

قَالَ : qāal

رَمَى : marā

قِيلَ : qīla

يَقُولُ : qayūul

### 4. Ta Marbutah (ة)

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua yaitu:

- a. Ta marbutah (ة) hidup

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

- b. Ta marbutah (ة) mati

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

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

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ

: *rauḍah al-atfāl / rauḍatul atfāl*

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ

: *al-Madīnah al-Munawwarah /*

*al-Madīnatul Munawwarah*

طَلْحَةَ

: *Ṭalḥah*

### **Catatan:**

#### **Modifikasi**

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

## ABSTRAK

Nama Mahasiswa : Zainatun Mastura  
NIM : 140603172  
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah  
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada PT. Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh)  
Tanggal Sidang : 8 Oktober 2018  
Tebal : 194 Halaman  
Pembimbing I : Dr. Azharsyah, SE., Ak., M.S.O.M.  
Pembimbing II : Syahriyal, SE., MM

Penelitian ini bertujuan untuk mengungkapkan pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan nasabah terhadap kepuasan nasabah (studi pada PT. Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh). Jenis penelitian yang dilakukan adalah pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian adalah seluruh nasabah pada PT. Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling*. Data dikumpulkan melalui angket atau kuesioner dengan menggunakan skala likert yang telah diuji kesahihan dan keandalannya. Penelitian ini menggunakan uji validitas dan reliabilitas, kemudian uji asumsi klasik serta analisis korelasi, analisis regresi linear sederhana dan berganda. Hasil penelitian ini adalah (1) kualitas pelayanan dan kepercayaan nasabah secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. (2) Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. (3) Kepercayaan nasabah berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Nasabah, Kepuasan Nasabah.

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL KEASLIAN .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL KEASLIAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI .....</b>	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....</b>	<b>v</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI .....</b>	<b>vi</b>
<b>LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>viii</b>
<b>HALAMAN TRANSLITERASI .....</b>	<b>xi</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xxiii</b>
<b>DAFTAR SINGKATAN .....</b>	<b>xxiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xxv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Manfaat Penelitian .....	9
1.5 Sistematika Pembahasan .....	10
<b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>	<b>13</b>
2.1 Kualitas Pelayanan .....	13
2.1.1. Definisi Kualitas Pelayanan .....	13
2.1.2. Dasar-Dasar Etika Dalam Pelayanan .....	13
2.1.3. Biaya Kualitas Jasa (Pelayanan) .....	16
2.1.4. Model Kualitas Jasa atau Pelayanan .....	19
2.1.5. Larangan dalam Etika Pelayanan .....	21
2.1.6. Kualitas Pelayanan dalam Perspektif Islam .....	24
2.1.7. Indikator Pengukuran Kualitas Pelayanan .....	28
2.2 Kepercayaan Nasabah .....	32
2.2.1. Definisi Kepercayaan Nasabah .....	32
2.2.2. Membangun Kepercayaan Nasabah.....	32

2.2.3. Indikator Kepercayaan Nasabah .....	37
2.3 Kepuasan Nasabah .....	39
2.3.1 Definisi Kepuasan Nasabah .....	39
2.3.2. Pembagian Nasabah .....	40
2.3.3. Pengukuran Kepuasan Nasabah .....	41
2.3.4. Manfaat Kepuasan Nasabah.....	45
2.3.5. Sebab-Sebab Terjadinya Ketidakpuasan Nasabah.....	46
2.3.6. Indikator Pengukuran Kepuasan Nasabah .....	46
2.4 Kerangka Pemikiran.....	48
2.5 Hasil Penelitian Sebelumnya.....	51

**BAB III METODE PENELITIAN..... 58**

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	58
3.2 Lokasi Penelitian.....	59
3.3 Populasi dan Sampel .....	59
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	61
3.5 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	62
3.6 Skala Pengukuran.....	65
3.7 Tahap Pengolahan Data .....	72
3.8 Uji Instrumen Penelitian .....	73
3.9 Teknik Analisis Data.....	74
3.10 Analisis Korelasi dan Regresi .....	76
3.11 Uji Hipotesis .....	78
3.12 Uji Koefisien Determinasi .....	81

**BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN ..... 82**

4.1 Gambaran Umum PT. Bank Aceh Syariah .....	82
4.2 Visi dan Misi.....	87
4.2.1 Visi.....	87
4.2.2 Misi .....	87
4.3 Produk dan Layanan.....	87
4.3.1 Penghimpunan Dana .....	87
4.3.2 Penyaluran Dana .....	91
4.3.3 Layanan.....	93
4.4 Deskripsi Data Responden.....	93
4.4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	93

4.4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	94
4.4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	95
4.4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	97
4.4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Lamanya Menjadi Nasabah.....	98
4.5	Uji Instrumen Penelitian .....	100
4.5.1	Uji Validitas .....	100
4.5.2	Uji Reliabilitas .....	103
4.6	Uji Asumsi Klasik .....	104
4.6.1	Uji Normalitas.....	104
4.6.2	Uji Multikolinearitas .....	107
4.6.3	Uji Heteroskedastisitas.....	107
4.7	Analisis Korelasi Parsial .....	108
4.8	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah .....	109
4.9	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah .....	111
4.10	Pengaruh Kepercayaan Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah .....	112
4.11	Koefisien Determinasi .....	113
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>141</b>
5.1	Kesimpulan .....	141
5.2	Saran.....	141
	<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>146</b>
	<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>160</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Total Nasabah Simpanan Per Akhir 31 Desember Tahun 2015,2016,2017 .....	5
Tabel 1.2 Tabel Keluhan Nasabah PT. Bank Aceh Syariah KPO Lampriet Per Oktober 20174 .....	6
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Sebelumnya .....	53
Tabel 3.1 Operasional Variabel .....	62
Tabel 3.2 Skala Likert .....	65
Tabel 3.3 Variabel Kualitas Pelayanan.....	66
Tabel 3.4 Variabel Kepercayaan Nasabah.....	69
Tabel 3.5 Variabel Kepuasan Nasabah.....	71
Tabel 3.6 Interpretasi Nilai r.....	74
Tabel 3.7 Intepretasi Koefisien Korelasi .....	77
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	93
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur .....	94
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	96
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	97
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Lamanya Menjadi Nasabah .....	99
Tabel 4.6 Uji Validitas 30 Sampel .....	100
Tabel 4.7 Uji Validitas 100 Sampel .....	101
Tabel 4.8 Uji Reliabilitas 30 Sampel.....	103
Tabel 4.9 Uji Reliabilitas 100 Sampe .....	103
Tabel 4.10 <i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i> .....	106
Tabel 4.11 Uji Multikolinieritas .....	106
Tabel 4.12 Uji Heteroskedastisitas .....	107
Tabel 4.13 Hasil Analisis Korelasi Parsial .....	108
Tabel 4.14 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	109

Tabel 4.15 Hasil Uji Simultan (Uji f).....	110
Tabel 4.16 Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah.....	111
Tabel 4.17 Hasil Uji t (Uji Parsial).....	112
Tabel 4.18 Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah.....	112
Tabel 4.19 Hasil Uji t (Parsial).....	113
Tabel 4.20 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi.....	114
Tabel 4.21 Ringkasan Tabel Untuk Memperoleh Sumbangan Efektif .....	114
Tabel 4.22 Bank Sudah Menerapkan Pelayanan Secara Islami.....	115
Tabel 4.23 Bank tidak menerapkan sistem bunga pada produk tabungan dan pinjaman .....	116
Tabel 4.24 Nasabah puas menggunakan dana dari bank karena menggunakan sistem bagi hasil .....	117
Tabel 4.25 Karyawan bank syariah memiliki pengetahuan yang baik terhadap jenis layanan dan produk perbankan .....	117
Tabel 4.26 Bank syariah menjamin keamanan nasabah dalam bertransaksi.....	118
Tabel 4. 27 Karyawan bank syariah bersikap sopan kepada nasabah.....	119
Tabel 4.28 Karyawan bersikap simpatik dalam menghadapi masalah atau komplain nasabah dalam hal transaksi perbankan.....	119
Tabel 4.29 Karyawan bank syariah melakukan pencatatan dengan teliti dalam setiap transaksi.....	120
Tabel 4.30 Pelayanan transaksi sesuai dengan nomor antrean yang diambil .....	121

Tabel 4.31 Bank syariah memiliki ruang tunggu yang nyaman.....	121
Tabel 4.32 Bank syariah memiliki area parkir yang memadai .....	122
Tabel 4.33 Tersedia slip (formulir) yang disertai dengan contoh pengisiannya .....	123
Tabel 4.34 Layanan ATM sudah memuaskan untuk transaksi perbankan nasabah .....	124
Tabel 4.35 Bank syariah memiliki jam pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan nasabah.....	125
Tabel 4.36 Pegawai bank syariah selalu memberikan salam ketika selesai melayani transaksi nasabah .....	126
Tabel 4.37 Bank syariah dalam memberikan pelayanan kepada nasabah tidak memandang status sosial.....	127
Tabel 4.38 Karyawan tanggap dalam memenuhi kebutuhan nasabah dalam bertransaksi .....	127
Tabel 4.39 <i>Customer Service</i> bank syariah memberikan informasi yang dibutuhkan nasabah dengan jelas .....	128
Tabel 4.40 Karyawan bank syariah memberikan pelayanan yang cepat tanpa membuat nasabah menunggu lama .....	129
Tabel 4.41 Bank syariah memiliki kemampuan untuk menyediakan produk atau jasa yang berkualitas.....	130
Tabel 4.42 Bank syariah mampu menjaga kepercayaan nasabah dalam menggunakan produk atau layanan.....	131
Tabel 4.43 Karyawan bank syariah mengutamakan kepentingan nasabah ketika bertransaksi.....	131

Tabel 4.44 Satpam memberikan sambutan dengan baik kepada nasabah yang datang.....	132
Tabel 4.45 Bank syariah memberikan tenggang waktu kepada nasabah yang masih memiliki tanggungan pinjaman.....	133
Tabel 4.46 Produk yang ditawarkan bank syariah sangat beragam sesuai dengan iklan .....	134
Tabel 4.47 Karyawan bank syariah menunjukkan bukti transaksi kepada nasabah.....	134
Tabel 4.48 Bank syariah memiliki gerai ATM yang mudah dijangkau oleh nasabah .....	135
Tabel 4.49 Nasabah puas terhadap pelayanan di bank syariah .....	136
Tabel 4.50 Kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan bank syariah sangat baik .....	136
Tabel 4.51 Pelayanan yang diberikan pegawai bank syariah sesuai dengan harapan .....	137
Tabel 4.52 Fasilitas yang ada di bank sangat lengkap sehingga nasabah akan menggunakan jasa bank kembali .....	138
Tabel 4.53 Nasabah bersedia untuk merekomendasikan bank syariah pada orang lain .....	139
Tabel 4.54 Bank menyediakan sarana untuk melakukan keluhan (komplain) seperti <i>call center</i> dan kotak saran .....	139

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Perbandingan Perspektif Biaya Kualitas Jasa Tradisional dan Modern .....	17
Gambar 2.2 Model Konseptual Kualitas Pelayanan Menurut Zeithaml dan Bitner .....	19
Gambar 2.3 Aktivitas Untuk Menumbuhkan Kepercayaan.....	36
Gambar 2.4 Kerangka Pemikiran .....	50
Gambar 4.1 Diagram Jenis Kelamin Responden.....	94
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur .....	95
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	96
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	98
Gambar 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Lamanya Menjadi Nasabah .....	99
Gambar 4.6 Grafik Normal P Plot .....	104
Gambar 4.7 Grafik Histogram .....	105

## **DAFTAR SINGKATAN**

<b>BPD</b>	<b>: Bank Pembangunan Daerah</b>
<b>PBI</b>	<b>: Peraturan Bank Indonesia</b>
<b>KCP</b>	<b>: Kantor Cabang Pembantu</b>
<b>KPO</b>	<b>: Kantor Pusat Operasional</b>
<b>UU</b>	<b>: Undang-Undang</b>
<b>OJK</b>	<b>: Otoritas Jasa Keuangan</b>

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian .....	160
Lampiran 2 Tabulasi Karakteristik Responden .....	166
Lampiran 3 Tabulasi Jawaban Responden .....	168
Lampiran 4 Uji Validitas .....	172
Lampiran 5 Uji Reliabilitas .....	181
Lampiran 6 Uji Asumsi Klasik.....	183
Lampiran 7 Hasil Analisis Korelasi Parsial.....	185
Lampiran 8 Hasil Regresi Linear Berganda Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah.....	186
Lampiran 9 Hasil Regresi Linear Sederhana Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah....	186
Lampiran 10 Hasil Regresi Linear Sederhana Pengaruh Kepercayaan Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah.....	186
Lampiran 11 Hasil Uji Simultan (Uji f).....	187
Lampiran 12 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi .....	187
Lampiran 13 Jawaban Responden .....	187

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Persaingan yang semakin sengit dalam dunia perekonomian, membuat para pelaku ekonomi mencari cara untuk menerapkan strategi yang jitu agar mendatangkan *profit* yang tinggi bagi organisasi ataupun perusahaan mereka. Ada dua konsep yang dapat diterapkan oleh pelaku ekonomi dalam mengelola sumber daya yang mereka miliki. Pertama, konsep produk sentris dan yang kedua adalah konsep pelanggan sentris.

Dalam konsep produk sentris pelaku ekonomi memikirkan bagaimana caranya mengolah sumber daya yang mereka miliki, dimulai dari proses pengembangan produk kemudian distribusi produk dan melakukan promosi kepada konsumen sehingga produk-produk hasil produksi mereka banyak dibeli dan diminati oleh konsumen. Sedangkan konsep pelanggan sentris, pelaku ekonomi dituntut harus mementingkan kebutuhan serta keinginan dari konsumen dengan terus berusaha memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen.

Perbankan syariah sebagai salah satu sektor ekonomi yang mengusung konsep pelanggan sentris diharapkan dapat memenuhi kebutuhan nasabahnya dibidang layanan transaksi keuangan. Salah satu upaya perbankan syariah untuk memenuhi kebutuhan nasabah tersebut dapat dimulai dari proses melihat atau mengidentifikasi terlebih dahulu jenis produk atau jasa seperti apa yang dibutuhkan

oleh nasabah yaitu dengan melakukan identifikasi terhadap perilaku konsumen, karena perilaku antar konsumen dalam mengkonsumsi produk atau jasa berbeda satu sama lainnya (Temporal dan Trott, 2002:48).

Ketika perbankan syariah telah mengidentifikasi apa yang sebenarnya dibutuhkan oleh nasabah, selanjutnya bank syariah harus memberikan kualitas pelayanan yang terbaik agar terciptanya kepuasan nasabah. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh perbankan syariah kepada nasabah nantinya akan dinilai sendiri oleh nasabah apakah sudah baik atau belum. Nasabah akan membandingkan antara harapan yang dimiliki dengan pengalaman yang diterima dari produk atau jasa tersebut. Oleh karena itu, kepuasan nasabah akan tercipta, jika bank syariah dapat memberikan lebih dari apa yang diharapkan dan dibutuhkan oleh nasabah ataupun sama dengan yang diharapkan dan dibutuhkan oleh nasabah. Jika *perceived performance* (pelayanan yang diterima) melebihi *expectations* (ekspektasi) maka konsumen atau nasabah akan merasa puas, tetapi apabila sebaliknya, *perceived performance* jauh atau rendah dari *expectations* maka nasabah akan merasa tidak puas (Tjiptono, 1997:23).

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa jika suatu perusahaan berhasil memberikan pelayanan yang bermutu maka akan menimbulkan tingkat kepercayaan pelanggan yang tinggi sehingga berdampak terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini ditunjukkan oleh beberapa penelitian seperti yang telah dilakukan oleh Nurfitri (2016) dan Diza, dkk (2016).

Apabila pelayanan yang diterima nasabah tidak baik maka kualitas pelayanan bank syariah tersebut dapat dikategorikan sebagai pelayanan yang kurang baik. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Febriana (2016) dinyatakan bahwa masih ada gap (kesenjangan) antara harapan yang dimiliki oleh nasabah dengan persepsi nasabah atas kualitas pelayanan yang diberikan oleh bank syariah, sehingga hal ini mengindikasikan harapan nasabah lebih tinggi dari pada pelayanan yang diberikan oleh bank tersebut. Sebaliknya, jika pelayanan yang diberikan oleh bank syariah bagus maka akan dipersepsikan baik pula oleh nasabah. Hal ini sejalan dengan penelitian oleh Koestanto dan Yuniati (2014) yang menyebutkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Dalam rangka melakukan peningkatan pelayanan kepada nasabah, maka pelayanan yang diberikan harus berdasarkan Standar Operasional Prosedur (SOP) yang telah disetujui oleh direktur dan para pegawai bagian pelayanan bank syariah tersebut. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Hab (2014) yang menyatakan bahwa dengan pelayanan yang berdasarkan SOP

maka akan dihasilkan pelayanan yang aman, lancar, tertib dan teratur.

Ketika nasabah telah mendapat pelayanan yang baik dari bank syariah, maka semakin baik pula tingkat kepercayaan yang dimiliki oleh nasabah terhadap bank syariah tersebut sehingga bank syariah dapat mempertahankan hubungan baik dengan nasabahnya. Hal ini dijelaskan oleh Yusrina (2013) yang mengatakan bahwa jika bank syariah memberikan pelayanan yang kurang baik kepada nasabah maka akan berdampak negatif pada citra bank sehingga tingkat kepercayaan nasabah akan menurun, hal ini juga berdampak pada ketidakpuasan yang dirasakan nasabah.

Ada beberapa tahapan yang dilalui oleh nasabah sebagai pihak yang memberikan amanah atau pihak yang memberikan kepercayaan kepada bank syariah. Pertama, dimulai dari harapan umum yang dimiliki oleh nasabah bahwa bank syariah dapat dipercayai (Yee & Yeung, 2002 dalam Nasution dan Widjajanto, 2007). Kedua, harapan tersebut akan berubah menjadi keyakinan, karena nasabah telah lebih mengenal bank syariah dan telah melakukan transaksi di bank syariah tersebut. Ketiga, keyakinan yang berubah menjadi tindakan, yakni setelah nasabah melakukan transaksi di bank syariah tersebut, nasabah akan mengevaluasi kinerja dari bank syariah, apakah bank syariah benar-benar bank yang dapat dipercayai seperti harapan nasabah di awal tadi, selanjutnya nasabah akan memutuskan apakah akan setia (loyal)

kepada bank syariah ataukah tidak (Yee & Yeung, 2002 dalam Nasution dan Widjajanto, 2007).

Konsep kepercayaan tersebut juga berlaku pada Bank Aceh Syariah yang tercermin pada motto yang dimiliki Bank Aceh Syariah yaitu kepercayaan ([www.bankaceh.co.id](http://www.bankaceh.co.id)). Bank Aceh Syariah merupakan bank umum daerah yang dimiliki oleh pemerintah provinsi Aceh, bank ini telah resmi berkonversi pada tanggal 6 Oktober 2016 ([www.bankaceh.com](http://www.bankaceh.com)). Maka sudah sepatutnya Bank Aceh Syariah harus berusaha untuk mendapat kepercayaan dari nasabah,. Maka dari itu *motto* kepercayaan tersebut menjadi suatu acuan dalam membangun kualitas pelayanan dengan tujuan untuk meningkatkan kepuasan nasabah yang tinggi.

Bank Aceh Syariah mengalami perkembangan dari tahun ke tahun. Hal ini dapat dilihat dari sejumlah orang yang menjadi nasabah di Bank Aceh Syariah.

**Tabel 1.1**  
**Total Nasabah Simpanan per Akhir 31 Desember**  
**Tahun 2015, 2016 dan 2017**

Nama Produk Simpanan	Tahun			Persentase Pertumbuhan		
	2015	2016	2017	2015	2016	2017
Tabungan	47.331	47.950	50.102	-	1,3%	4,48%
Giro	8.731	8.670	8.923	-	-0,69%	2,91%
Deposito	802	799	835	-	-0,37%	4,5%
Total	56.864	57.419	59.860	-	0,97%	4,25%

Sumber: Dokumen PT. Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh

Tabel 1.1 menunjukkan total nasabah simpanan per akhir 31 Desember tahun 2015,2016 dan 2017 dengan total nasabah pada produk simpanan tahun 2015 adalah 56.864 nasabah, tahun 2016 mencapai 57.419 nasabah dengan persentase pertumbuhan sebesar 0,97%, tahun 2017 total nasabah mencapai 59.860 dengan persentase pertumbuhan 4,25%. Hal ini menunjukkan jika dilihat dari total nasabah maka jumlahnya mengalami peningkatan.

Bank Aceh Syariah senantiasa berusaha untuk memberikan pelayanan terbaik kepada nasabah agar dapat memperoleh kepercayaan nasabah dan menciptakan kepuasan nasabah namun masih terdapat nasabah yang mengadukan keluhannya ke bank tersebut, hal ini dapat dilihat dari bentuk keluhan yang sering diajukan oleh nasabah, seperti yang terangkum dalam tabel berikut ini :

**Tabel 1.2**  
**Tabel Keluhan Nasabah PT. Bank Aceh Syariah**  
**KPO Banda Aceh Periode Oktober 2017**

No	Pelayanan	Bentuk Keluhan
1	ATM	Mesin ATM macet atau <i>error</i>
		Kartu ATM terblokir
		Lupa kata sandi kartu ATM
2	Transaksi	Kegagalan transfer uang
		Saldo rekening berkurang
3	Informasi Produk	Pemahaman tentang margin atau bagi hasil
		Pemahaman istilah-istilah

Sumber : Wawancara dengan *Customer Service*

Tabel 1.2 menunjukkan hasil dari wawancara yang dilakukan peneliti dengan *customer service*, disebutkan bahwa periode bulan oktober 2017 sebanyak 37 jumlah nasabah yang melakukan keluhan di bank syariah tersebut, peneliti menemukan hal-hal yang terkait mengenai keluhan, seperti gagalnya penarikan atau transaksi yang dilakukan di Anjungan Tunai Mandiri (ATM) baik mengenai mesin yang macet atau *error* ataupun ketika ada nasabah yang mentransfer sejumlah uang ke penerima ternyata uang tersebut tidak sampai ke tangan penerima padahal nasabah sudah benar dalam mengisi nomor rekening penerima dan jumlah uang yang akan ditransfer. Keluhan lain yang dirasakan adalah ketika nasabah melakukan transaksi via ATM seperti penarikan uang kemudian berselang beberapa waktu, uang tersebut tidak keluar dan di layar mesin ATM justru mengeluarkan tulisan ‘’maaf waktu anda telah habis, anda membutuhkan waktu lagi untuk melakukan transaksi?’’ ternyata saldo rekening nasabah terdebit (terjadi pengurangan atau pemotongan saldo). Selanjutnya, keluhan tentang nasabah yang tidak paham tentang bank syariah yang mencakup istilah umum yang sering digunakan dalam bank syariah, nasabah tidak paham mengenai metode bagi hasil, lupa kata sandi kartu ATM dan keluhan terhadap kartu ATM yang terblokir. Bentuk pelayanan keluhan nasabah yang tidak tepat dapat berimbas pada menurunnya kepercayaan terhadap nasabah.

Berdasarkan pemaparan masalah tersebut, kualitas pelayanan dan kepercayaan nasabah sebuah bank syariah perlu

diukur, agar kepuasan nasabah dalam menerima pelayanan dapat tercapai, maka peneliti tertarik untuk mengkaji dan melakukan penelitian lebih lanjut dengan memilih judul **Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Nasabah terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada PT. Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh)**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka peneliti dapat menentukan rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan dan kepercayaan nasabah secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh?
3. Apakah kepercayaan nasabah berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan latar belakang yang telah diuraikan, maka tujuan dari dilakukan penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan dan kepercayaan nasabah secara bersama-sama berpengaruh

terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh.

2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh.
3. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan nasabah terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat bagi banyak pihak, diantaranya untuk:

1. Khazanah ilmu pengetahuan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber bacaan dan literatur bagi seluruh mahasiswa dan mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) khususnya jurusan S1 Perbankan Syariah untuk menambah wawasan dan pengetahuan mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh

2. Masyarakat umum

Penelitian ini diharapkan juga dapat menjadi sumber informasi dan bacaan bagi masyarakat dalam memahami Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap

Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh.

3. Instansi terkait

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan literatur untuk mengetahui bagaimana Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh dan pihak universitas dapat memberi masukan kepada instansi terkait (bank syariah) tentang teori-teori yang relevan dengan perbankan syariah untuk diaplikasikan didalam dunia kerja dan pihak universitas juga dapat memberikan masukan berupa saran atau kritikan yang membangun terkait apabila terdapat ketidaksesuaian antara teori dan praktik di dalam pelaksanaan yang dilakukan oleh PT. Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh nantinya.

4. Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi peneliti yaitu sebagai syarat menyelesaikan pendidikan program studi Perbankan Syariah Srata 1 di Universitas Islam Negeri Arraniry Banda Aceh dan juga untuk menambah pengetahuan mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh, sehingga ketika wawasan dan pengetahuan sudah bertambah maka peneliti

mampu mengaplikasikan ilmu yang telah didapat ke dalam dunia kerja atau ke dalam kehidupan sehari-hari.

### **1.5 Sistematika Pembahasan**

Untuk memberikan gambaran yang sistematis dan berurutan, maka dalam hal ini peneliti membuat sistematika pembahasan yang terdiri dari beberapa bab, yang meliputi :

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

Pada bab ini, diuraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, maksud dan tujuan penelitian.

#### **BAB II : LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

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

### **BAB III : METODOLOGI PENELITIAN**

Pada bab ini menguraikan jenis, tujuan dan arah penelitian, serta menguraikan data dan teknik memperolehnya yang terdiri dari jenis data, teknik pengumpulan data, skala pengukuran yang digunakan. Selanjutnya membahas tentang uji validitas dan reliabilitas, variabel penelitian, metode analisis data, serta pengujian hipotesis.

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

Pada bab ini, hasil penelitian memuat deskripsi obyek penelitian serta membahas secara lebih rinci tentang hasil temuan dan penjelasan tentang implikasinya. Sedangkan pembahasan merupakan pengungkapan makna lebih mendalam atas hasil pengolahan data penelitian yang di analisa.

### **BAB V : PENUTUP**

Pada bab ini, diuraikan tentang kesimpulan dan saran yang menjadi penutup dari pembahasan penelitian ini.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Kualitas Pelayanan**

##### **2.1.1. Definisi Kualitas Pelayanan**

Kualitas memiliki pengertian kadar, mutu, atau tingkat baik buruknya suatu hal (Fajri dan Senja, 2008:492). Sedangkan pelayanan adalah usaha untuk melayani kebutuhan orang lain, kemudahan yang diberi berkaitan dengan jual beli suatu produk (barang atau jasa) (Tim Penyusun Kamus, 1989:646). Menurut Tjiptono dan Chandra (2007:157) kualitas pelayanan adalah sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan perkiraan pelanggan.

Berdasarkan pengertian yang telah dikemukakan oleh para ahli tersebut, peneliti menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah usaha dan keunggulan yang diberikan oleh sebuah organisasi atau perusahaan yang diharapkan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan atau nasabah dan dapat menimbulkan persepsi bagi nasabah bahwa kualitas pelayanan yang diterima jauh lebih tinggi dari harapan nasabah.

##### **2.1.2. Dasar–Dasar Etika dalam Pelayanan**

Semua pihak baik dari direksi, manajer, karyawan harus bisa bekerjasama dalam memberikan kualitas pelayanan yang baik kepada nasabah. Untuk menghasilkan pelayanan yang berkualitas baik, maka karyawan bank syariah harus memiliki pengetahuan

tentang perbankan dan tentunya harus memiliki etika yang baik pula. Untuk itu, ada dasar-dasar dalam etika perbankan yang harus dijalankan oleh setiap karyawan bank syariah, seperti:

1. Transaksi harus dilayani dengan cepat, cermat, tepat dan akurat. Cepat maksudnya adalah waktu pelayanan yang tidak terlalu lama, dan tidak membiarkan nasabah terlalu lama mengantri untuk dilayani. Cermat artinya pelayanan yang diberikan harus teliti dan tidak boleh ada yang tidak sesuai dengan standar pelayanan. Tepat artinya pelayanan diberikan sesuai dengan apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh nasabah.
2. Karyawan harus selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan nasabah.
3. Karyawan bank syariah juga wajib menguasai sistem dan prosedur pelayanan.
4. Jika ada nasabah yang mengadukan keluhan, maka karyawan bank syariah harus tanggap untuk menyelesaikan masalah nasabah.
5. Menciptakan hubungan yang baik antara pimpinan dan karyawan bank syariah serta dengan nasabah.
6. Diharapkan karyawan bank syariah harus berlaku sopan, ramah dan selalu sigap membantu nasabah.
7. Harus menjaga perasaan agar nasabah merasa tenang, aman dan nyaman ketika bertransaksi di bank syariah agar bank syariah dapat memperoleh kepercayaan nasabah.

8. Karyawan bank syariah harus selalu menunjukkan sikap yang menyenangkan kepada nasabah.
9. Penataan ruangan, peralatan serta lingkungan kantor yang memenuhi syarat.

Arif (2010:169), menyebutkan dalam melayani nasabah, etika karyawan bank syariah harus sesuai dengan prosedur sehingga ketika nasabah datang ke bank syariah tersebut, nasabah merasa dihargai dan dihormati sehingga dapat menimbulkan suasana keakraban dan keharmonisan antara pihak bank syariah dengan nasabah.

Karyawan bank syariah dituntut harus siap dalam melayani nasabah dalam kondisi apapun, berikut etika pelayanan yang diberikan oleh karyawan bank syariah dalam memberikan kualitas pelayanan yang baik :

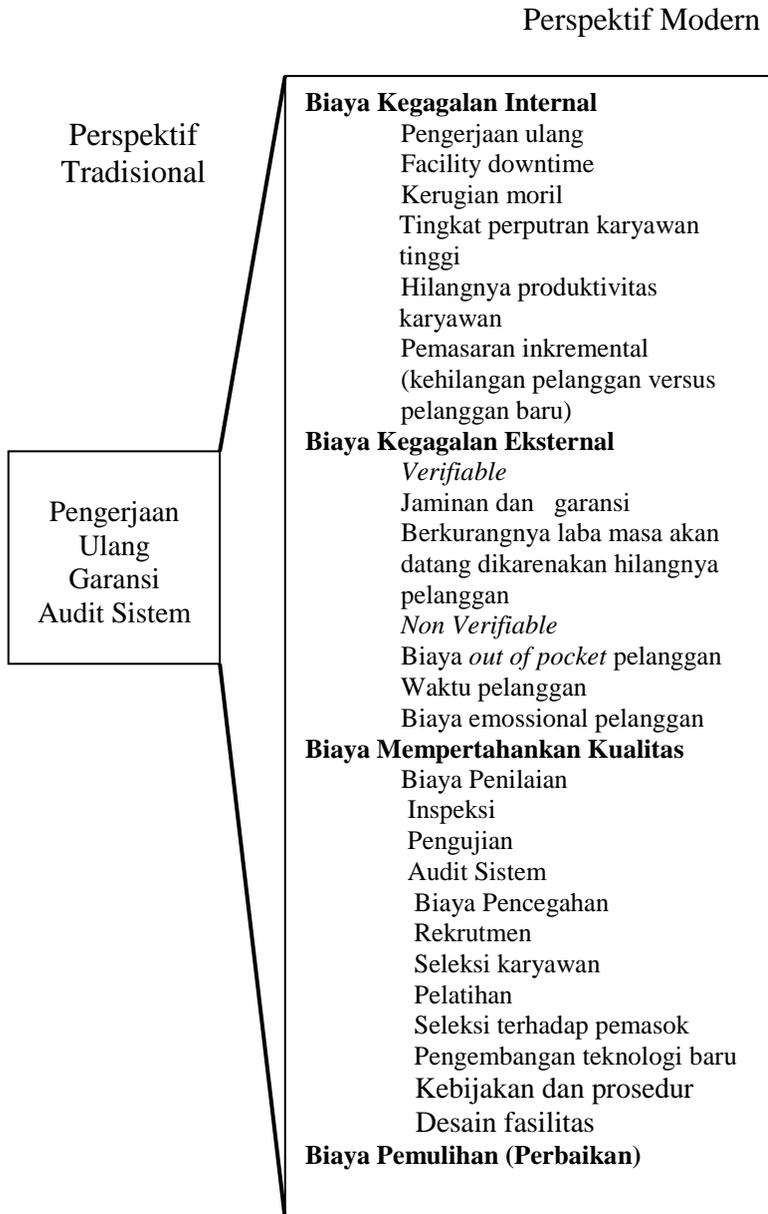
1. Mengucapkan salam pada saat bertemu dengan nasabah. Contohnya *Assalamu'alaikum*, selamat pagi atau selamat siang.
2. Sesudah mengucapkan salam, segera mempersilahkan nasabah untuk duduk memberitahukan nasabah agar sabar menunggu untuk giliran dilayani.
3. Bertanya tentang keperluan nasabah secara ramah, sopan dan lemah lembut serta membiasakan untuk mengatakan tolong atau maaf saat meminta nasabah untuk mengisi formulir atau untuk menunggu sebentar.

4. Karyawan bank syariah hendaknya mengucapkan terimakasih apabila nasabah memberikan saran atau ketika nasabah selesai bertransaksi.

### **2.1.3. Biaya Kualitas Jasa (Pelayanan)**

Biaya kualitas jasa atau pelayanan merupakan biaya yang terjadi atau mungkin akan terjadi akibat kualitas jasa yang buruk. Biaya kualitas jasa atau pelayanan dibagi menjadi dua yaitu biaya akibat kualitas jasa yang buruk dan biaya mempertahankan kualitas jasa yang baik.

Biaya kualitas jasa yang buruk terdiri dari biaya kegagalan internal (*internal failure cost*) dan biaya kegagalan eksternal (*external failure cost*). Sedangkan biaya mempertahankan kualitas yang baik meliputi biaya penilaian (*appraisal cost*), biaya pencegahan (*prevention cost*), dan biaya pemulihan (*recovery cost*) (Tjiptono, 2004:77).



**Gambar 2.1 Perbandingan Perspektif Biaya Kualitas Jasa Tradisional dan Modern**  
**Sumber: Tjiptono (2004:77)**

1. Biaya kegagalan internal

Biaya kegagalan internal adalah biaya yang dibutuhkan untuk memperbaiki kerusakan yang terjadi sebelum pelayanan atas suatu jasa di berikan. Pada bank syariah biaya internal bisa disebabkan oleh kesalahan seperti penerapan kode rekening yang tidak tepat.

2. Biaya kegagalan eksternal

Biaya ini timbul akibat dari jasa yang gagal memenuhi persyaratan yang telah disampaikan kepada pelanggan (nasabah). Seperti keluhan pelanggan, penyampaian atau realisasi garansi, kerugian biaya mengganti jasa yang tidak sesuai harapan dan lain-lain.

3. Biaya penilaian

Biaya penilaian adalah biaya yang terjadi untuk menentukan apakah biaya-biaya yang telah dikeluarkan sudah sesuai dengan persyaratan-persyaratan kualitas.

4. Biaya pencegahan

Biaya pencegahan merupakan biaya yang berhubungan dengan usaha untuk mencegah kerusakan yang mungkin dapat terjadi.

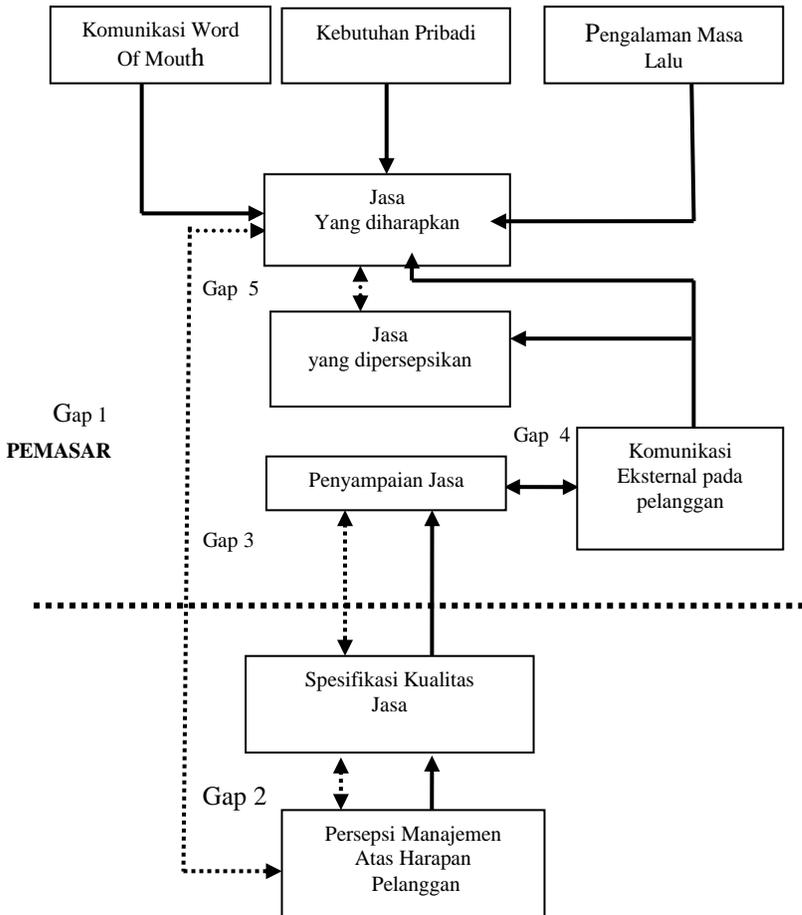
5. Biaya pemulihan

Biaya pemulihan berkaitan dengan usaha untuk mengkompensasi adanya perubahan kualitas jasa (*service encounter*) dan sebelum perusahaan kehilangan pelanggan (nasabah).

### 2.1.4. Model Kualitas Jasa atau Pelayanan

Sangadji dan Sopiah (2014:101) menjelaskan ada lima gap yang menyebabkan kegagalan dalam penyampaian jasa pelayanan, kelima gap tersebut diidentifikasi oleh Parasuraman (2002), sebagai berikut:

#### PELANGGAN / NASABAH



**Gambar 2.2 Model Konseptual Kualitas Pelayanan Menurut Zeithaml dan Bitner**

**Sumber : Sangadji dan Sopiah (2014:102)**

1. Gap antara harapan pelanggan dan persepsi manajemen, yaitu terdapat perbedaan antara penilaian pelayanan oleh penerima jasa dengan persepsi manajemen mengenai harapan pengguna jasa. Gap ini terjadi karena kurangnya orientasi ataupun pengenalan penilaian pemasaran, kurangnya interaksi atau hubungan komunikasi pihak manajemen dengan pelanggan, kurang memadainya komunikasi dari bawah ke atas, pemanfaatan yang tidak memadai atas temuan penelitian serta banyaknya tingkatan manajemen yang diterapkan.
2. Kesenjangan antara persepsi manajemen terhadap harapan pelanggan dan spesifikasi kualitas jasa. Kesenjangan ini terjadi karena tidak memadainya komitmen manajemen terhadap kualitas jasa, persepsi tentang ketidaklayakan, tidak memadai standarisasi tugas.
3. Kesenjangan antara spesifikasi kualitas jasa dan penyampaian jasa (*service delivery*). Kesenjangan ini disebabkan oleh berbagai faktor seperti :
  - a. Ambiguitas pesan, yaitu sejauh mana karyawan dapat melakukan tugas sesuai dengan harapan manajer dan tetap bisa memuaskan pelanggan.
  - b. Konflik pesan, yaitu sejauh mana karyawan meyakini bahwa mereka tidak memuaskan semua pihak.
  - c. Kesesuaian karyawan dengan tugas yang harus dikerjakan

- d. Kesesuaian teknologi yang digunakan karyawan
  - e. Sistem pengendalian dari atasan, yaitu tidak memadainya sistem penilaian dan sistem imbalan.
  - f. Kontrol yang dirasakan (*perceived control*), yaitu sejauh mana karyawan merasakan kebebasan atau fleksibilitas untuk menentukan cara pelayanan.
  - g. Kerja tim (*team work*), yaitu sejauh mana karyawan dan manajemen merumuskan tujuan untuk memuaskan pelanggan secara bersama-sama dan terpadu.
4. Gap antara penyampaian jasa dan komunikasi eksternal. Ekspektasi pelanggan atas kualitas pelayanan dipengaruhi oleh pernyataan yang dibuat oleh bank syariah mengenai dan adanya kecenderungan untuk memberikan janji yang berlebihan.
5. Kesenjangan antara jasa yang dirasakan dan jasa yang diharapkan pelanggan. Jika keduanya terbukti sama, bank syariah akan memperoleh citra baik dan dampak positif. Namun, jika jasa yang diterima nasabah lebih rendah dari yang diharapkan, ini akan menimbulkan suatu yang negatif terhadap citra bank syariah.

#### **2.1.5. Larangan dalam Etika Pelayanan**

Etika Pelayanan dalam bank syariah bertujuan supaya pelayanan yang diberikan kepada setiap calon nasabah atau yang telah menjadi nasabah menjadi lebih optimal sehingga tujuan bank

syariah dapat tercapai. Selain itu, ada hal-hal yang tidak boleh dilanggar dalam memberikan pelayanan kepada nasabah dari awal sampai berakhirnya pelayanan. Larangan- larangan dalam etika pelayanan harus diperhatikan oleh pihak bank syariah maupun nasabah, agar larangan-larangan tersebut tidak terjadi (Kasmir, 2006:103).

1. Dilarang berpakaian sembarangan  
Karyawan bank syariah dilarang berpakaian sembarangan terutama pada saat jam kerja dan ketika melayani nasabah. Karyawan laki-laki dilarang menggulung baju kemeja atau tidak memasukkan baju ke dalam dan dilarang menggunakan aksesoris yang berlebihan.
2. Dilarang melayani nasabah sambil makan  
Ketika sedang melayani nasabah, karyawan dilarang melayani sambil makan, minum, mengunyah sesuatu ataupun merokok, karena apabila hal itu dilakukan akan berkurangnya konsentrasi dalam melayani nasabah.
3. Dilarang melayani nasabah sambil mengobrol atau bercanda  
Sebaiknya dalam melayani nasabah, karyawan jangan mengobrol dan bercanda dengan karyawan lain dalam kondisi apapun. Fokuskan pembicaraan hanya dengan nasabah yang sedang dilayani. Jika hal tersebut dilanggar, maka kemungkinan nasabah akan tersinggung karena dianggap tidak serius dengan pekerjaannya.

4. Dilarang menampakkan wajah yang tidak menyenangkan  
Karyawan dilarang menampakkan wajah yang kurang menyenangkan, seperti wajah yang cemburut, memelas atau sedih pada saat melayani nasabah. Karyawan yang melayani nasabah dengan wajah cemberut dianggap melayani karena terpaksa, maka dari itu, di depan nasabah, karyawan harus selalu menampakkan wajah yang riang dan ceria.
5. Dilarang berdebat atau menyanggah  
Karyawan dilarang berdebat atau memperdebatkan tentang pendapat nasabah, sekalipun pendapat nasabah tersebut salah, karyawan harus dapat menjelaskan secara jelas dan tidak membuat nasabah marah, agar tidak terjadi salah paham antara karyawan dengan nasabah.
6. Dilarang meninggalkan nasabah  
Dilarang meninggalkan nasabah bila sedang melayani nasabah tersebut. Nasabah harus selalu ditemani, karena ketika ada masalah yang dikeluhkan atau yang tidak dimengerti nasabah, karyawan segera cepat tanggap dalam membantu. Karyawan juga dilarang melayani nasabah lain, ketika sedang memberikan pelayanan kepada seorang nasabah
7. Dilarang berbicara terlalu keras atau lemah  
Berbicara terlalu keras dapat mengakibatkan salah faham bagi nasabah. Nasabah akan menganggap karyawan sedang

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

8. Dilarang keras meminta imbalan atau janji-janji

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

### 2.1.6. Kualitas Pelayanan dalam Perspektif Islam.

Sebagai agama yang *rahmatal lil 'alamin*, yaitu rahmat bagi seluruh alam, Islam mengatur segala urusan manusia, baik hal terkecil hingga hal terbesar, termasuk dalam hal *muamalah*, seperti transaksi antara bank syariah dan nasabah. Direksi, manajemen dan karyawan bank syariah harus melayani nasabah dengan baik supaya dapat membantu nasabah dalam memenuhi kebutuhannya. Hal ini pula dijelaskan dalam sebuah hadist:

خَيْرُ النَّاسِ أَنْفَعُهُمْ لِلنَّاسِ

Artinya: “Sebaik baik manusia adalah yang bermanfaat bagi orang lain” (HR. Thabrani Daruquthni)

Dan pada saat bank syariah memberikan pelayanan kepada nasabahnya, maka jangan sampai merugikan nasabah atau merugikan pihak bank syariah sendiri. Sinn dan Ibrahim (2008:119) Salah satu prinsip dari *muamalah* adalah tidak boleh merugikan diri sendiri dan orang lain, hal ini didasarkan pada hadist Nabi SAW yang diriwayatkan oleh Ibnu Majah, Ad-Daruquthni dan lain-lain dari Abi Sa’id Al-Khudri bahwa Rasulullah SAW bersabda:

لَا ضَرَرَ وَلَا ضِرَارَ

Artinya : “Janganlah merugikan diri sendiri dan janganlah merugikan orang lain”

Dari hadist ini dibuatlah kaidah *kulliyah* yang berbunyi :

أَصْرَرُ يُزَالُ

Artinya : “kemudharatan harus dihilangkan”

Oleh karena itu, bank syariah harus cepat dan tanggap serta perhatian terhadap keperluan nasabah. Karena dalam Islam hal tersebut juga merupakan anjuran Islam untuk mendorong umatnya memperlakukan sesama manusia dengan baik, membangun hubungan yang bersifat kekeluargaan dan saling tolong menolong.

Sebagaimana dalam firman Allah SWT:

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ

الْعِقَابِ

Artinya: ‘’..... Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya’’ (Q.S.Al-Maidah [5]:2).

Dalam hal pelayanan, nasabah tentu mengharapkan i'tikad baik dari bank syariah, bahwa bank syariah dapat menjaga membangun hubungan baik dengan nasabah sehingga nasabah merasa nyaman dan merasa dihargai ketika dilayani sekaligus mudah dalam melakukan transaksi. Hal ini, akan tercermin dari sikap dan perilaku yang harus ada pada setiap karyawan bank syariah seperti rajin, tepat waktu, tidak malas, memberikan senyuman, memiliki sopan santun, memiliki sikap ramah tamah dalam membantu keperluan nasabah, mempunyai simpati yang tinggi serta bertanggung jawab dalam menyelesaikan tugas-tugasnya. Di dalam kitab suci Al-Quran juga dijelaskan dengan tegas bahwa manusia dianjurkan bersikap lemah lembut kepada saudaranya baik dalam hal berbicara atau bersikap. Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT di dalam ayat berikut ini:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظًا لَّانفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْرِفْ عَنْهُمْ وَأَسْتَغْفِرْ لَهُمْ

وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya: “Maka berkat rahmat Allah engkau (Muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras dan berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekitarmu. Karena itu maafkanlah mereka dan mohonkanlah ampun untuk mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian, apabila engkau telah membulatkan tekad, maka bertaqwalah kepada Allah. Sungguh, Allah mencintai orang yang bertawakal” (Q.S. Ali-Imran [3]:159).

Nabi Muhamamad SAW juga dapat dijadikan sebagai contoh teladan yang baik dalam segala hal, terlebih lagi dalam hal bermuamalah atau berbisnis. Pada usia dewasa dan pada saat belum memiliki modal, Nabi Muhammad SAW menjadi manager perdagangan para investor berdasarkan perjanjian bagi hasil. Nabi Muhammad SAW juga menjadi pemimpin ekspedisi perdagangan untuk Khadijah ke Syiria, Jorash dan Bahrain. Berkat kepiawaian Nabi Muhammad SAW dalam mememanajmenkan usahanya sehingga mampu mendatangkan keuntungan kepada dirinya bahkan keuntungan untuk para investornya.

Nabi Muhammad SAW dikenal sebagai *Al-Amin* (orang yang dipercaya) dan *Ash-Shiddiq* (orang yang benar dan jujur) sehingga tidak sekalipun bisnis yang ditangani Nabi Muhammad SAW mendapat kerugian, karena beliau menerapkan prinsip-prinsip jitu dan handal, seperti jujur, setia dan professional sehingga dipercaya oleh para konglomerat Arab dan masyarakat sekitarnya. Nabi Muhammad SAW tidak pernah membuat

pelanggannya komplain dalam melakukan perjanjian bisnis. Nabi Muhammad SAW menepati janji-janjinya, menunjukkan tanggung jawab dan integritas yang tinggi dengan siapapun. Prinsip-prinsip tersebut tidak hanya berlaku pada masa Nabi Muhammad SAW saja, melainkan terus diwariskan sampai abad ke 20, 21 dan hingga masa sekarang. Sebelum prinsip-prinsip etika bisnis modern lahir seperti tujuan dari pelanggan, memberikan pelayanan yang baik kepuasan pelanggan, serta kompetensi, efisiensi, transparansi, persaingan yang sehat dan kompetitif semua itu telah menjadi gambaran pribadi etika bisnis dari Nabi Muhammad SAW. Oleh karena itu Nabi Muhammad SAW pantas disebut sebagai pelopor dasar dari prinsip-prinsip modern tersebut (Kamaluddin, 2007:32-36).

### **2.1.7. Indikator Pengukuran Kualitas Pelayanan**

Menurut teori kualitas pelayanan oleh Parasuraman ada lima indikator penilaian terhadap kualitas pelayanan yaitu keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), kepedulian (*emphaty*), dan bukti fisik (*tangible*) yang disebut dengan *Service Quality* (SERVQUAL) (Rafidah, 2014). SERVQUAL digunakan OLEH peneliti yang melakukan penelitian dalam ranah bank konvensional, yaitu untuk mengukur seberapa baik atau buruk pelayanan yang diberikan kepada nasabah bank konvensional.

Oleh karena itu, maka dalam penelitian ini peneliti memutuskan untuk menggunakan indikator alterantif dalam

mengukur kualitas pelayanan yang diperkenalkan oleh Othman dan Owen yaitu model CARTER. Terdapat enam indikator yang digunakan dalam mengukur kualitas pelayanan bank syariah dengan model CARTER, yaitu kepatuhan syariah (*sharia compliance*), jaminan (*assurance*), keandalan (*reliability*), bukti fisik (*tangible*), kepedulian (*emphaty*), dan daya tanggap (*responsiveness*). Indikator-indikator ini telah peneliti uraikan sebagai berikut (Al Arif, 2012:197 ; Rafidah, 2014 ; Suryani, 2014:242 ; Pardanawati, 2014:6).

1. Kepatuhan Syariah (*Sharia Compliance*)

*Sharia compliance* merupakan kepatuhan syariah yang harus ditaati oleh direksi serta setiap karyawan bank syariah dan dengan adanya *sharia compliance*, bank syariah diharapkan beroperasi sesuai dengan ketentuan prinsip-prinsip ekonomi syariah, seperti tidak adanya pembayaran bunga yang diberikan kepada nasabah baik dalam bentuk tabungan ataupun pinjaman, serta bank syariah menggunakan sistem bagi hasil.

2. Jaminan (*Assurance*)

Jaminan atau *assurance* harus memiliki pengetahuan dan kesopanan serta memberikan rasa aman kepada nasabah dalam melakukan berbagai transaksi, bank syariah harus mampu menjaga kerahasiaan data nasabah dan bank syariah harus mampu menepati janji-janji yang telah dikemukakan kepada nasabah sebelumnya. Contohnya adalah karyawan

bank syariah memiliki pengetahuan yang baik terhadap jenis layanan dan produk perbankan, bank syariah menjamin keamanan nasabah dalam bertransaksi dan karyawan bank syariah dapat bersikap sopan kepada nasabah.

3. Keandalan (*Reliability*)

Keandalan atau *reliability* adalah kemampuan yang dituntut dari bank syariah untuk memberikan pelayanan sesuai yang telah dijanjikan, terpercaya, akurat dan tetap konsisten. Ini menunjukkan bahwa pelayanan suatu bank syariah harus tepat waktu. Hal ini meliputi karyawan bersikap simpatik dalam menghadapi masalah atau komplain nasabah dalam hal transaksi perbankan, karyawan bank syariah melakukan pencatatan dengan teliti dalam setiap transaksi dan pelayanan transaksi sesuai dengan nomor antrean yang diambil oleh nasabah.

4. Bukti Fisik (*Tangibles*)

Bukti fisik atau *tangibles* adalah pelayanan yang disediakan oleh bank syariah yang meliputi penampilan fasilitas fisik, peralatan, teknologi, dan berbagai macam perlengkapan yang baik dan terawat. Contohnya bank syariah memiliki ruang tunggu yang nyaman, bank syariah memiliki area parkir yang memadai, dan tersedia slip (formulir) yang disertai dengan contoh pengisiannya sehingga menjadi pertimbangan untuk dinilai oleh seorang nasabah ketika

berkunjung atau melakukan transaksi di sebuah bank syariah.

5. Kepedulian (*Empathy*)

Kesediaan karyawan dan pihak bank syariah untuk lebih peduli memberikan perhatian secara personal kepada nasabah agar terjalin komunikasi yang baik serta lebih memahami kebutuhan nasabah. Misalnya kemudahan untuk mendapatkan layanan ATM sudah untuk transaksi perbankan nasabah, bank syariah memiliki jam pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan nasabah dan karyawan bank syariah selalu memberikan salam ketika selesai melayani transaksi nasabah.

6. Daya tanggap (*Responsiveness*)

Daya tanggap atau *responsiveness* adalah kemauan dari karyawan dan manajemen bank syariah untuk menolong nasabah dalam hal memberikan jasa dengan cepat serta mendengar dan mengatasi keluhan dari nasabah. Setiap komplain dari nasabah harus segera ditanggapi, hal ini supaya mencegah nasabah merasa kecewa dan berdampak terhadap ketidakpuasan nasabah. Hal ini tercermin dari pemberian pelayanan kepada nasabah yang tidak memandang status sosial, karyawan bank syariah harus tanggap dalam memenuhi kebutuhan nasabah dalam bertransaksi serta *customer service* bank syariah

memberikan informasi yang nasabah butuhkan dengan jelas.

## **2.2 Kepercayaan Nasabah**

### **2.2.1. Definisi Kepercayaan Nasabah**

Menurut Tim Penyusun Kamus (1989:856) kepercayaan adalah keyakinan atau anggapan bahwa sesuatu yang dipercayai itu benar adanya dan nyata. Menurut Salim dan Salim (1991:1573) kepercayaan adalah kebenaran terhadap sesuatu yang dipercayai, keyakinan akan kejujuran, kebaikan, dan sebagainya kepada pihak yang dipercayai tentang sesuatu.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa kepercayaan nasabah adalah persepsi yang dimiliki oleh individu yaitu meyakini dengan benar apa yang disampaikan oleh pihak yang dipercayainya, benar-benar bisa menepati janji-janjinya serta bisa membantu dalam hal pemenuhan kebutuhan dan memenuhi harapan individu tersebut. Dalam hal ini, kepercayaan nasabah adalah jika kualitas pelayanan yang diberikan bank syariah baik maka nasabah akan percaya dananya dikelola oleh bank syariah.

### **2.2.2. Membangun Kepercayaan Nasabah**

Kepercayaan menjadi sumber kekuatan utama bagi setiap perusahaan dengan beragam kegiatannya, dengan kata lain, bank syariah dapat berkembang dan maju karena adanya kepercayaan dari nasabah yang mempercayai mereka (Chatra dan Nasrullah, 2008:26).

Kepercayaan merupakan kunci utama bagi berkembang atau tidaknya suatu bank syariah, artinya tanpa adanya kepercayaan nasabah, bank syariah tidak akan mampu menjalankan kegiatan usahanya (Hermansyah, 2013:19). Kepercayaan mengindikasikan bank syariah dapat dipercaya untuk tetap komitmen menjaga kepentingan bersama dan bank syariah dipersepsi tidak semata-mata mengejar kepentingan bisnis (*profit oriented*), tetapi juga mempertimbangkan kebutuhan dan kepuasan nasabah (Kriyantono, 2008:9).

Bell (2004:54) menyatakan bahwa kepercayaan bermula dari autensitas, seseorang akan percaya kepada orang atau pihak lain, jika ia menganggap bahwa motif yang menggerakkan perbuatannya itu tulus dari lubuk hatinya yang terdalam atau memang dapat dipercaya. Kepercayaan dapat timbul dari komunikasi yang dilakukan secara transparan dan dengan empati sehingga dapat menyiratkan pesan bahwa “saya benar-benar peduli dengan kepentinganmu”.

Kepercayaan memiliki peran penting dalam mempengaruhi loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, dalam upaya membuat nasabah percaya terhadap bank syariah, maka nasabah harus merasakan sendiri kualitas layanan yang diberikan bank syariah. Maka nantinya akan tercipta pengalaman yang menjadi awal terbentuknya kepercayaan sehingga nasabah pun akan loyal pada bank syariah tersebut. (Semuel, 2012:34; Setiyaningsih dan Koeshatono, 2014).

Griffin (2003) dalam Ellena (2011:21) berpendapat ada tiga faktor penting dalam membangun kepercayaan yang bersumber dari mendengarkan, yaitu:

- Seseorang yang menunjukkan rasa hormat terhadap apa yang dikatakan pelanggan, maka akan dipercayai oleh pelanggan.
- Jika perusahaan mendengar dan membantu penyelesaian masalah-masalah pelanggan, maka perusahaan akan mudah dipercayai oleh pelanggan.
- Ketika pelanggan atau nasabah terbuka terhadap perusahaan seperti memberi tahu apa keperluan dan kebutuhannya, maka semakin besar rasa kepercayaan yang akan tercipta.

Menurut Banner (2003) di kutip dalam Setyawan (2013:28) ada beberapa elemen penting dari kepercayaan, yaitu sebagai berikut:

- Kepercayaan adalah perkembangan dari pengalaman dan tindakan masa lalu.
- Watak yang diharapkan dari mitra, seperti dapat dipercaya dan dapat diandalkan.
- Kepercayaan melibatkan kesediaan untuk menempatkan diri pada risiko.
- Kepercayaan melibatkan perasaan aman dan yakin pada diri mitra.

Faktor faktor yang memberikan kontribusi bagi terbentuknya kepercayaan (Khotimah, 2013), adalah:

1. *Shared Value*

Nilai merupakan hal mendasar untuk membangun kepercayaan. Pihak-pihak dalam *relationship* yang mempunyai perilaku, tujuan, dan kebijakan yang sama akan mempengaruhi kemampuan mengembangkan kepercayaan. Pihak-pihak yang terlibat sulit untuk saling percaya jika ide masing-masing pihak tidak konsisten.

2. *Interdependence*

Untuk mengurangi risiko, pihak yang tidak percaya akan membina hubungan dengan pihak yang dapat dipercaya.

3. *Quality Communication*

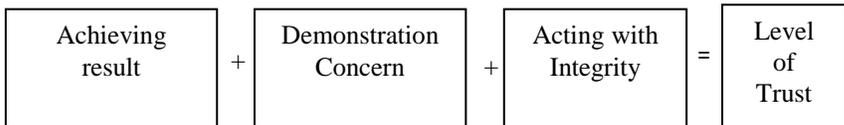
Kualitas dari informasi yang teratur, baik formal maupun informal dapat meluruskan harapan, memecahkan persoalan, dan meredakan ketidakpastian. Komunikasi yang dilakukan untuk menghasilkan kepercayaan harus dilakukan secara teratur dan berkualitas atau dengan kata lain, harus relevan, tepat waktu, dan reliabel. Komunikasi yang positif seperti ini akan menimbulkan kepercayaan dan akan menjadi komunikasi yang baik di masa yang akan datang dalam memberikan pelayanan kepada nasabah.

4. *Nonopportunistic behavior*

Perusahaan dilarang bersikap oportunis, yaitu hanya mementingkan diri sendiri tanpa memperdulikan nasabah, karena akan menghambat terbentuknya kepercayaan bagi nasabah. Untuk menghasilkan *relationship* jangka panjang,

perlu keterlibatan semua dalam tindakan meningkatkan keinginan untuk berbagi manfaat dalam jangka panjang.

Shaw memberikan pendapat, terdapat 3 aktivitas yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk menumbuhkan kepercayaan nasabah yang dirumuskan sebagai berikut (Ferrinadewi, 2008: 152):



**Gambar 2.3 : Aktivitas Untuk Menumbuhkan Kepercayaan**  
**Sumber: Erna Ferrinadewi (2008,152)**

1. *Achieving Result*, harapan konsumen adalah segala hal yang sudah dijanjikan kepada nasabah harus dipenuhi jika ingin mendapatkan kepercayaan nasabah. Dalam rangka memenuhi janjinya kepada nasabah, maka setiap karyawan dalam bank syariah harus bekerja sama dengan memenuhi tanggung jawabnya masing-masing.
2. *Acting with Integrity*, artinya bertindak dengan integritas atau dapat diartikan bahwa adanya konsistensi antara ucapan dan tindakan dalam setiap situasi. Integritas adalah faktor kunci bagi satu pihak untuk percaya akan ketulusan dan kejujuran dari pihak lain seperti nasabah yang memberikan kepercayaan terhadap bank syariah.
3. *Demonstration Concern*, kemampuan bank syariah untuk menunjukkan perhatiannya kepada nasabah ketika nasabah

menghadapi masalah dengan produk (barang atau jasa), sehingga akan menumbuhkan kepercayaan nasabah.

### **2.2.3. Indikator Kepercayaan Nasabah**

Mayer, dkk (1995) mengembangkan indikator dari kepercayaan (Susanti dan Hadi, 2013 ; Pramana dan Rastini, 2016) , sebagai berikut:

1. Kemampuan (*Ability*)

Kemampuan (*Ability*) adalah sekelompok keahlian, kompetensi dan karakteristik yang memungkinkan satu pihak memiliki keahlian yang spesifik. *Ability* tidak hanya sekedar kemampuan untuk memberikan pelayanan kepada individu, tetapi lebih pada semua aspek tentang bagaimana melakukan bisnis. Dalam hal ini, *ability* adalah kemampuan bank syariah dalam menyediakan, melayani, sampai mengamankan transaksi dari gangguan pihak lain, sehingga akan timbul kepuasan nasabah setelah melakukan transaksi. Hal ini seperti karyawan bank syariah memberikan pelayanan yang cepat tanpa membuat nasabah menunggu lama, bank syariah memiliki kemampuan untuk menyediakan produk atau jasa yang berkualitas serta bank syariah mampu menjaga kepercayaan nasabah dalam menggunakan produk atau layanan.

2. Kebaikan Hati (*Benevolence*)

Kebaikan Hati (*Benevolence*) adalah sejauh mana bank syariah ingin melakukan dan memberikan yang terbaik

kepada nasabah. *Benevolence* akan menghasilkan interaksi positif antar individu. Hal ini ditandai dengan kemauan dari bank syariah dalam memberikan kepuasan yang saling menguntungkan antara pihak bank syariah dengan nasabah. Contohnya seperti karyawan bank syariah mengutamakan kepentingan nasabah ketika bertransaksi, satpam memberikan sambutan dengan baik kepada nasabah yang datang dan bank syariah memberikan tenggang waktu kepada nasabah yang masih memiliki tanggungan pinjaman untuk melunasinya.

### 3. Integritas (*Integrity*)

Integritas (*Integrity*) merupakan persepsi *nasabah* bahwa *bank syariah* akan bertahan pada seperangkat prinsip yang sudah diberikan kepada nasabah, maksudnya adalah apa yang sudah diucapkan atau yang dijanjikan oleh bank syariah kepada nasabah harus sama dengan tindakan yang akan bank syariah lakukan. Hal ini ditandai dengan bagaimana perilaku atau kebiasaan bank syariah dalam memberikan info kepada nasabah sesuai dengan fakta yang ada. Hal ini meliputi produk yang ditawarkan bank syariah sangat beragam sesuai dengan iklan, karyawan bank syariah menunjukkan bukti transaksi kepada nasabah setelah bertransaksi serta bank syariah memiliki gerai ATM yang mudah dijangkau oleh nasabah.

## **2.3 Kepuasan Nasabah**

### **2.3.1. Definisi Kepuasan Nasabah**

Menurut Poerwadarminta (2005:914), kepuasan adalah perihal yang bersifat memberi rasa puas, kesenangan dan kelegaan. Sedangkan menurut Al Arif (2010:189) nasabah adalah individu atau lembaga yang mempunyai rekening di bank baik rekening simpanan maupun pinjaman, sehingga nasabah adalah orang yang biasa berhubungan dengan bank atau yang menjadi pelanggan suatu bank.

Kepuasan nasabah adalah evaluasi setelah pembelian (purnabeli, di mana alternatif yang dipilih paling tidak memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan dapat timbul jika hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan (Tjiptono, 2004:146).

Khatimah (2011:17) seperti yang dikemukakan oleh Kotler memberikan definisi tentang kepuasan nasabah sebagai perbandingan yang dilakukan oleh seseorang antara kesannya terhadap hasil suatu produk (kinerja actual produk) dengan harapan-harapan sebelumnya, yang menghasilkan perasaan kecewa ataupun senang. Apabila kinerja aktual produk (barang atau jasa) sama dengan harapan maka nasabah akan puas, apabila kinerja aktual produk (barang atau jasa) melampaui atau lebih tinggi dari harapan maka nasabah akan merasa sangat puas dan bahagia. Sedangkan apabila kinerja aktual produk (barang atau jasa) di bawah harapan maka nasabah akan merasa tidak puas.

Tse dan Wilton (1988) dalam Tjiptono dan Chandra (2007:197) kepuasan nasabah merupakan respons yang diberikan konsumen pada evaluasi persepsi terhadap perbedaan antara ekspektasi awal (standar kinerja tertentu) dengan kinerja aktual produk sebagaimana dipersepsikan setelah konsumsi produk. Jadi, dapat disimpulkan bahwa kepuasan nasabah adalah respons yang diberikan oleh nasabah setelah melakukan perbandingan terhadap pelayanan yang telah diterima dengan ekspektasi sebelum menerima pelayanan di suatu bank.

### **2.3.2. Pembagian Nasabah**

Dalam melayani nasabah, karyawan bank syariah harus terlebih dahulu atau setidaknya mengetahui sedikit jenis nasabah yang seperti apa yang sedang mereka layani (Kasmir, 2006:67). Kebiasaan karyawan yang berhubungan dengan nasabah akan memudahkan karyawan untuk mengenali berbagai jenis nasabah. Berikut ini 3 jenis kelompok nasabah:

1. Nasabah baru

Nasabah baru adalah jenis nasabah yang pertama kali baru datang ke suatu perusahaan (bank syariah). Nasabah baru adalah jenis nasabah yang mungkin kedatangannya datang ke bank syariah untuk memperoleh informasi. Jika kedatangannya pertama kali hanya untuk memperoleh informasi, kemudian karena nasabah melihat sikap baik dari pelayanan yang diberikan karyawan bank syariah tersebut

baik, maka tidak menutup kemungkinan nasabah tersebut juga akan melakukan transaksi.

2. Nasabah biasa (sekunder)

Nasabah biasa atau sekunder adalah nasabah yang sudah pernah datang ke perusahaan atau bank syariah dan turut melakukan transaksi. Hanya saja nasabah jenis ini tidak sering melakukan kunjungan ke bank syariah dan tidak sering melakukan transaksi. Dalam hal pelayanan, nasabah biasa juga perlu dilayani dengan baik agar nasabah biasa akan sering melakukan kunjungan serta melakukan transaksi di masa akan datang.

3. Nasabah utama (primer)

Nasabah utama adalah jenis nasabah yang sudah sering melakukan kunjungan dan transaksi di bank syariah. Loyalitas dari nasabah utama ini tidak perlu diragukan lagi, tetapi meskipun demikian, pelayanan tetap harus ditingkatkan agar nasabah tidak beralih ke bank yang lain.

### **2.3.3. Pengukuran Kepuasan Nasabah**

Menurut Tjiptono dan Chandra (2007:210) Kotler memberikan empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu sebagai berikut.

1. Sistem Keluhan dan Saran

Endar Sugiarto (1999) dalam Arif (2012:200) keluhan nasabah dapat dikelompokkan menjadi empat kelompok yaitu:

- *Mechanical complaint* (keluhan mekanikal)  
*Mechanical complaint* adalah keluhan yang disampaikan oleh nasabah apabila peralatan atau produk yang dibeli tidak dapat berfungsi. Misalnya kartu ATM yang tidak dapat digunakan akibat *customer service* yang lupa mengaktifkan kartu ATM tersebut atau kerusakan ataupun kemacetan mesin ATM, kesalahan memasukkan nomor pin ATM sehingga kartu ATM diblokir.
- *Attitudinal complaint* (keluhan sikap)  
*Attitudinal complaint* adalah keluhan yang muncul akibat dari sikap karyawan atau petugas yang tidak baik dalam melayani nasabah. Hal ini biasanya dirasakan oleh nasabah melalui sikap tidak peduli yang ditunjukkan oleh karyawan atau petugas pelayanan bank syariah.
- *Service related complaint* (keluhan yang terkait dengan pelayanan)  
*Service related complaint* adalah keluhan yang muncul di bagian pelayanan seperti antrian teller yang lama sehingga menghabiskan waktu nasabah atau kurangnya kursi tunggu yang disediakan sehingga nasabah harus berdiri untuk menunggu antrian, habisnya brosur, formulir atau slip transaksi pada saat nasabah memerlukannya.
- *Unusual complaint* (keluhan yang tidak biasa)  
*Unusual complaint* dapat disebut juga sebagai keluhan yang tidak biasa. Karena, keluhan ini tidaklah wajar sebab tidak

ada hubungannya dengan masalah pelayanan suatu bank syariah. Misalnya ada nasabah yang menelepon *call center* bukan untuk mengeluh atas pelayanan bank tersebut tetapi nasabah bercerita tentang masalah lain.

Tax dan Brown dalam (Kotler, 2000:503) menemukan cara agar perusahaan efektif dalam menyelesaikan keluhan:

- Bank Syariah dapat mengembangkan program kriteria dalam memilih karyawan dan memberikan pelatihan kepada karyawan.

Mengembangkan pedoman ataupun standar pelayanan untuk memperbaiki kualitas pelayanan pada nasabah.

- Mencari sumber apa yang menyusahkan nasabah dalam bertransaksi sehingga nantinya bisa memudahkan nasabah dan supaya bisa menjadi masukan bagi bank syariah dalam menyelesaikan keluhan nasabah dan menjadi masukan bagi karyawan untuk memberikan pelayanan yang bermutu pada nasabah.
- Data-data nasabah yang mengeluh atau mengadakan keluhan serta data berupa keluhan nasabah sebaiknya disimpan oleh bank syariah agar dianalisis tipe keluhan dan sumber keluhan serta bagaimana cara penyelesaiannya.

## 2. *Ghost Shopping*

*Ghost Shopping* adalah suatu cara yang digunakan untuk mengukur kepuasan nasabah. Caranya adalah dengan mempekerjakan beberapa orang sebagai *ghost shopper*.

Tugas dari *ghost shopper* ini adalah menjadi nasabah yang membeli produk (barang atau jasa) di perusahaan dan pesaingnya. Kemudian, *ghost shopper* harus melaporkan hasil temuannya tersebut ke manajer yaitu tentang kekuatan, kelemahan produk perusahaan mereka maupun perusahaan pesaing, cara perusahaan dan pesaingnya dalam melayani nasabah, serta menangani keluhan nasabah.

### 3. *Lost Customer Analysis*

*Lost Customer Analysis* adalah hal yang dilakukan perusahaan untuk mengambil keputusan dan kebijakan terhadap perusahaannya dengan cara menghubungi nasabah yang sudah tidak lagi datang ke perusahaan atau yang telah pindah menjadi nasabah bank lain. *Lost Customer Analysis* adalah langkah yang diambil manajemen guna melakukan perbaikan terhadap perusahaannya. Hal ini juga berlaku di bank syariah, sebaiknya manajemen menghubungi nasabah-nasabah yang telah berhenti menjadi di nasabah di bank syariah tersebut, meminta maaf atas pelayanan yang diberikan selama ini dan meminta saran dari mereka yang pernah menjadi nasabah bank syariah tersebut agar kesalahan yang sama tidak terulang kembali.

### 4. Survei Kepuasan Nasabah

Survei kepuasan nasabah dapat dilakukan lewat telepon, wawancara ataupun via pos. Melalui wawancara atau sambungan telepon, bank syariah akan mendapat tanggapan

secara langsung dari nasabah dan jika survei kepuasan nasabah dilakukan, ini menandakan bahwa bank syariah menaruh perhatian (*emphaty*) terhadap nasabahnya.

#### **2.3.4. Manfaat Kepuasan Nasabah**

Kepuasan nasabah yang diberikan bank syariah akan berpengaruh terhadap profitabilitas, selain itu kepuasan nasabah dapat memberikan berbagai macam manfaat (Kasmir, 2000:238) diantaranya:

1. Terbangunnya hubungan yang harmonis antara nasabah dengan bank syariah
2. Loyalitas nasabah terhadap bank syariah dapat tercipta.
3. Dengan terciptanya kepuasan nasabah, maka nasabah dengan sendirinya akan melakukan promosi kepada orang lain untuk menjadi nasabah di bank syariah tersebut (*word of mouth*).
4. Terjadinya pembelian ulang, di dalam bank syariah nasabah akan mengulang lagi pembelian produknya, artinya pelayanan yang diberikan oleh bank syariah memuaskan sehingga nasabah membeli kembali produk yang ditawarkan secara berulang-ulang.
5. Nasabah akan membeli produk lain di bank syariah tersebut, sehingga pembelian produk (barang atau jasa) oleh nasabah semakin beragam dalam suatu bank.

### **2.3.5. Sebab-Sebab Terjadinya Ketidakpuasan Nasabah**

Bank syariah telah mengupayakan menciptakan kepuasan bagi nasabah, tetapi masih ada nasabah yang tidak merasa puas. Menurut Kasmir (2004:213) penyebab terjadinya ketidakpuasan nasabah adalah:

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

### **2.3.6. Indikator Pengukuran Kepuasan Nasabah**

Menurut kotler dalam Tjiptono (2014:369) terdapat enam indikator dalam mengukur kepuasan nasabah, seperti:

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

Kepuasan nasabah keseluruhan dapat diukur dengan cara yang mudah yaitu langsung menanyakan kepada nasabah apakah mereka sudah puas dalam mendapatkan pelayanan di bank syariah. Seperti menanyakan apakah nasabah puas terhadap pelayanan keseluruhan di bank syariah atau tidak.

## 2. Dimensi Kualitas Pelanggan/Nasabah

Dimensi kualitas dapat dilakukan dengan memilah–milah kepuasan nasabah ke dalam beberapa komponen. Pertama, melakukan identifikasi terhadap dimensi apa saja yang menjadi kunci kepuasan nasabah. Kedua, meminta kesediaan nasabah untuk menilai jasa bank syariah berdasarkan item–item spesifik yang telah disediakan, seperti kecepatan pelayanan, keramah tamahan karyawan, dan fasilitas fisik dari bank syariah tersebut. Ketiga, nasabah diminta untuk menentukan manakah dimensi yang paling penting dan dominan dalam menilai kepuasan nasabah.

## 3. Konfirmasi Harapan (*Confirmation of Expectations*)

Konfirmasi harapan dimaksudkan untuk mengevaluasi apakah pelayanan yang diberikan oleh bank syariah apakah sudah sesuai dengan harapan sebelum nasabah melakukan transaksi di bank syariah.

## 4. Niat Beli Ulang (*Repurchase Intention*)

Kepuasan nasabah diukur dengan menanyakan kepada nasabah apakah akan menggunakan jasa atau pelayanan di bank syariah tersebut di kemudian hari atau tidak menggunakan lagi.

5. Kesiediaan Untuk Merekomendasi (*Willingness to Recommend*)

Kepuasan nasabah dapat juga diukur dengan melihat kesediaan nasabah untuk merekomendasi kepada orang lain agar mau menjadi nasabah di bank syariah tersebut juga.

6. Ketidakpuasan pelanggan/nasabah (*Dissatisfaction Customer*)

Aspek-aspek yang sering dianalisa untuk mengetahui ketidakpuasan nasabah adalah komplain, retur atau pengembalian produk, rekomendasi negatif kepada pihak lain dan nasabah yang beralih ke bank lain. Oleh karena itu, hendaknya bank syariah menyediakan sarana untuk melakukan keluhan (komplain) seperti adanya *customer service, call center* dan kotak saran.

## 2.4 Kerangka Pemikiran

*Logical construct* atau kerangka pemikiran adalah kerangka (gambar) yang menjelaskan hubungan pengujian antar variabel, yang bertujuan supaya memperjelas maksud pelaksanaan penelitian dan memudahkan dalam pemahaman maka dijelaskan kerangka pemikiran sebagai landasan dalam pemahaman (A.Wahid, 2017:19)

Kepuasan nasabah dapat diwujudkan jika pelayanan yang diberikan kepada nasabah dapat memenuhi harapan nasabah (Rajab, 2008:1). Indikator kepuasan nasabah menurut Tjiptono (2014:369) terdiri dari kepuasan pelanggan/nasabah keseluruhan,

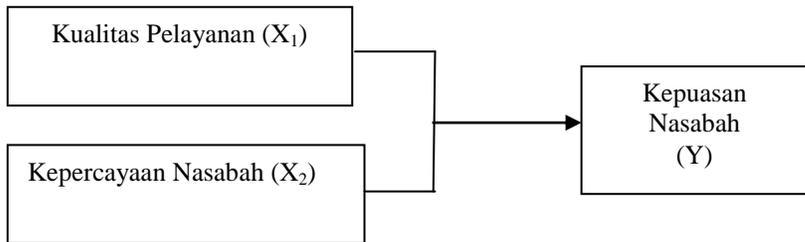
dimensi kualitas pelanggan (nasabah), niat pembelian ulang, kesediaan untuk merekomendasi dan ketidakpuasan nasabah.

Menurut Kotler (2002) bahwa kepuasan nasabah yang tinggi dihasilkan oleh pemberian pelayanan yang berkualitas tinggi pula. Adapun yang menjadi indikator kualitas pelayanan menurut Rafidah (2014) yang diperkenalkan oleh Othman dan Owen yaitu meliputi kepatuhan syariah (*sharia compliance*), jaminan (*assurance*), keandalan (*reliability*), bukti fisik (*tangible*), kepedulian (*emphaty*), dan daya tanggap (*responsiveness*). Dalam memberikan kualitas pelayanan kepada nasabah supaya bank syariah mendapat *feedback* (umpan balik) yang berupa pendapat nasabah tentang sarana maupun prasarana yang berhubungan dengan pelayanan, maka hal yang perlu diperhatikan adalah mendengarkan nasabah yang artinya bank syariah harus benar-benar melakukan interaksi dengan nasabahnya (Koestanto dan Yuniati, 2014).

Kepercayaan merupakan kunci utama bagi berkembang atau tidaknya suatu bank (Hermansyah, 2013:19). Moorman, Deshpande dan Zatman (1993) dalam Saputro (2010:34) kepercayaan merupakan kesediaan individu untuk percaya karena yakin bahwa dalam melakukan transaksi, mitranya akan memberikan apa yang diharapkannya. Indikator kepercayaan menurut Mayer, dkk (1995) dalam Susanti dan Hadi (2013); Pramana dan Rastini (2016) adalah kemampuan (*ability*), kebaikan hati (*benevolence*), dan integritas (*integrity*). Hasil penelitian oleh

Pontoh, dkk. (2014) menunjukkan kualitas pelayanan dan kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Adapun kerangka pemikiran dapat digambarkan sebagai berikut:



**Gambar 2.4 Kerangka Pemikiran**

Keterangan :

1. Variabel terikat atau tak bebas (*dependent variable*) adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel lainnya. Variabel terikat atau tak bebas ini di notasikan dengan lambang huruf Y. Variabel terikat menjadi persoalan pokok bagi peneliti untuk melakukan penelitian (Indrawan dan Yaniawati, 2016:13). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah kepuasan nasabah.
2. Variabel bebas (*independent variable*) adalah variabel yang mempengaruhi variabel terikat (*dependent variable*). Variabel bebas juga diartikan sebagai variabel yang menjadi sebab dan mempunyai kemungkinan berdampak terhadap variabel lain atau variabel terikat (Indrawan dan Yaniawati, 2016:13). Variabel bebas dinotasikan dengan lambang huruf X. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel bebas yaitu kualitas pelayanan (X<sub>1</sub>) dan kepercayaan nasabah (X<sub>2</sub>).

Dari kerangka pemikiran tersebut dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh secara langsung maupun tidak langsung terhadap kepuasan nasabah, artinya apabila kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah baik, maka akan memunculkan kepuasan nasabah. Sedangkan apabila kepercayaan nasabah tinggi, sehingga dapat memberikan kepuasan bagi nasabah. Maka, apabila bank syariah dapat memberikan pelayanan yang baik dan bisa menumbuhkan kepercayaan nasabah terhadap bank syariah maka kepuasan nasabah akan tercapai.

## **2.5 Hasil Penelitian Sebelumnya**

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

Pertama, penelitian dari Guspul (2014) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Nasabah Kospin Jasa Cabang Wonosobo)”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah dan juga untuk mengetahui antara kualitas pelayanan dan kepercayaan yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap kepuasan nasabah, dengan menggunakan program olah data SPSS versi 16.0. Penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan

kepercayaan secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Pontoh, dkk. (2014) dalam judul “Kualitas Layanan, Citra Perusahaan dan Kepercayaan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI Cabang Manado”. Hasil penelitian ini menunjukkan kualitas layanan, citra perusahaan dan kepercayaan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah Bank BRI Cabang Manado.

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi dan Seminari (2015) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, kepercayaan dan nilai nasabah secara parsial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Koperasi Simpan Pinjam Dauh Ayu Denpasar.

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Trisusanti (2017) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pekanbaru”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kepercayaan secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Kelima, penelitian yang dilakukan oleh Saputro (2010) yang berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan”. Hasil penelitian menunjukkan variabel kualitas

produk, kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan PT. Nusantara Sakti Demak.

**Tabel 2.1**  
**Hasil Penelitian Sebelumnya**

No	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
1	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Nasabah Kospin Jasa Cabang Wonosobo) oleh Ahmad Guspul (Skripsi, 2014)	-variabel bebas : kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dan Kepercayaan ( $X_2$ ) -variabel terikat : kepuasan nasabah (Y). -model analisis regresi berganda	-subjek penelitian pada nasabah Kospin Jasa Cabang Wonosobo berjumlah 2300 nasabah -model servqual -metode pengambilan data adalah purposive sampling	-kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah Kospin Jasa Cabang Wonosobo. -kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah Kospin Jasa Cabang Wonosobo. -kualitas pelayanan dan kepercayaan secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

**Tabel 2.1- Lanjutan**

No	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
2	Kualitas Layanan, Citra Perusahaan dan Kepercayaan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI Cabang Manado oleh Michael B. Pontoh, Lotje Kawet dan Willem A. Tumbuan (Jurnal, 2014)	-variabel bebas yang sama yaitu kualitas layanan ( $X_1$ ). -variabel terikat yang sama yaitu kepuasan nasabah (Y). -teknik analisis data regresi linear berganda	-jenis penelitian asosiatif -citra perusahaan sebagai variabel bebas yang kedua ( $X_2$ ). -menggunakan tiga variabel bebas. -subjek penelitian pada nasabah Bank BRI Cabang Manado.	-Kualitas Layanan, Citra Perusahaan dan Kepercayaan berpengaruh secara simultan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI Cabang Manado. -kualitas layanan dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank BRI Cabang Manado. -citra perusahaan secara parsial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank BRI Cabang Manado

Tabel 2.1- Lanjutan

No	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
3	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah Oleh Ni Putu Lenny Pratiwi Dan Ni Ketut Seminari (Jurnal, 2015)	-variabel bebas yang sama yaitu kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dan kepercayaan ( $X_2$ ). -variabel terikat yang sama yaitu kepuasan nasabah (Y). -teknik analisis data regresi linear berganda	-menggunakan tiga variabel bebas. -nilai nasabah sebagai variabel bebas ( $X_3$ ). -teknik pengambilan sampel purposive sampling. -populasi penelian pada nasabah koperasi. -jenis penelitian asosiatif. -model kualitas pelayanan parsuraman. -indikator kepercayaan: kejujuran ( <i>honesty</i> ), kebajikan ( <i>benevolence</i> ) dan kompetensi ( <i>competence</i> ).	-kualitas pelayanan, kepercayaan dan nilai nasabah secara parsial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Koperasi Simpan Pinjam Dauh Ayu Denpasar.

**Tabel 2.1- Lanjutan**

No	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
4	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pekanbaru) oleh Yelli Trisusanti (Skripsi, 2017)	-dua variabel bebas yang sama yaitu Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) dan Kepercayaan ( $X_2$ ) -indikator kepercayaan yang sama : kemampuan ( <i>abilily</i> ), <i>kebaikan hati (benevolence)</i> dan integritas ( <i>integrity</i> ).	-variabel bebas : loyalitas nasabah (Y) - 5 indikator kualitas pelayanan yaitu keandalan ( <i>reliability</i> ), daya tanggap ( <i>responsiveness</i> ), jaminan ( <i>assurance</i> ), kepedulian ( <i>emphaty</i> ), dan bukti fisik ( <i>tangible</i> ) -sampel penelitian pada 100 nasabah Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pekanbaru. -teknik pengambilan sampel dengan purposive sampling	-variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. -variabel kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. -kualitas pelayanan dan kepercayaan secara simultan dan signifikan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

Tabel 2.1- Lanjutan

No	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
5	Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada PT. Nusantara Sakti Demak) oleh Ropinov Saputro (Skripsi, 2010)	-variabel bebas yang sama yaitu kualitas pelayanan dan kepercayaan pelanggan -Menggunakan teknik analisis yang sama -metode pengumpulan data yang sama	-variabel bebas yang berbeda yaitu kualitas produk ( $X_1$ ). -variabel terikat yang berbeda yaitu loyalitas pelanggan (Y). -pengambilan sampel menggunakan metode <i>purposive sampling</i> dengan 100 responden konsumen PT. Nusantara Sakti Demak. -pengukuran kualitas pelayanan menggunakan model servqual -analisis angka indeks	Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Kepercayaan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

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

Menurut jenisnya data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yaitu jenis data yang disajikan dalam bentuk angka yang dapat diukur (Sugiyono, 2016:13). Sedangkan berdasarkan klasifikasinya penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif. Narbuko dan Achmadi (2013:44) menjelaskan bahwa metode penelitian deskriptif yaitu penelitian yang memaparkan pemecahan dari masalah yang ada sekarang yang berasal dari data–data, jadi penelitian deskriptif juga menyajikan data, menganalisis dan menginterpretasi. Sedangkan pendekatan penelitian ini mengacu kepada penelitian *field research*. Penelitian *field research* merupakan penelitian lapangan, jadi peneliti harus ikut terjun ke lapangan untuk mengumpulkan sejumlah data yang diperlukan (Bungin, 2005:55).

Menurut sumber diperoleh, data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan sumber data primer dan sekunder. Data primer adalah data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama. Sumber data primer yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu berupa angket atau kuesioner yang akan dibagikan kepada sejumlah responden (Muhammad, 2008:103). Sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua, yaitu setelah data primer. Data sekunder biasa diperoleh dari buku, teks, majalah, brosur, dan

referensi lainnya yang berkenaan dengan judul penelitian (Bungin 2005:132).

### **3.2 Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian bertempat pada Kantor Pusat Operasional (KPO) PT. Bank Aceh Syariah Jln. Tgk. H. Mohd. Daud No. 161, Lampriet, Banda Aceh.

### **3.3 Populasi dan Sampel**

#### **1. Populasi**

Menurut Muhammad (2008:161) populasi adalah sekumpulan subjek yang memiliki kesamaan dalam satu atau beberapa hal yang membentuk masalah pokok dalam suatu penelitian. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi penelitian adalah nasabah pada PT. Bank Aceh Syariah Kantor Pusat Operasional (KPO) Banda Aceh. Populasi dalam penelitian ini 59.860.

#### **2. Sampel**

Arikunto (2002:109) menyebutkan bahwa sampel merupakan sebagian atau perwakilan populasi yang akan diteliti. Muhammad (2008:162) sampel merupakan sejumlah cuplikan tertentu yang diambil dari suatu populasi yang akan diteliti secara lebih rinci.

Sampel diambil dengan menggunakan teknik pengambilan sampel yaitu suatu cara yang digunakan untuk memilih dan mengambil anggota-anggota dari populasi yang digunakan sebagai sampel yang mewakili. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling*. *Nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang anggota populasinya tidak memiliki kesempatan yang sama untuk dijadikan sampel (Suliyanto, 2009:124). Jenis sampel *nonprobability* dalam penelitian ini adalah *accidental sampling*. Pengambilan sampel ini ditentukan berdasarkan kemudahan yaitu siapa saja yang paling mudah ditemui atau dijumpai di bank syariah.

Alasan dilakukannya teknik pengambilan sampel adalah karena jumlah populasi yang banyak sehingga tidak mungkin untuk mengumpulkan semua anggota populasi karena akan membutuhkan biaya dan tenaga yang tidak sedikit, kualitas data yang dihasilkan oleh sampel lebih teliti dibandingkan populasi, dan proses penelitian menggunakan sampel relatif lebih cepat daripada populasi (Priadana dan Lubis, 2009:104). Untuk mendapatkan jumlah sampel yang dapat mewakili populasi, maka peneliti menggunakan rumus slovin (Muhammad, 2008:180):

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

$$n = \frac{59.860}{1 + 59.860 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{59.860}{59.861 (0,01)}$$

$$n = \frac{59.860}{598,61}$$

$$n = 99,99$$

$$n = 100$$

keterangan :

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

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

### **3.4 Teknik Pengumpulan Data**

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

Teknik pengumpulan data dengan kuesioner atau angket adalah pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan atau pernyataan kepada responden dengan harapan responden memberikan respons atas pertanyaan atau pernyataan tersebut (Umar, 2009:49).

#### **2. Dokumentasi**

Teknik dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data berupa data-data yang tertulis (Muhamad, 2008:152). Dokumentasi dalam penelitian ini diperoleh dari buku-buku, dokumen bank, jurnal, artikel dari *website*, dan lain lain yang berkenaan dengan judul penelitian.

### 3.5 Definisi Operasional Variabel Penelitian

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

No	Variabel	Notasi	Definisi Operasional	Indikator	Skala pengukuran	Skala
<i>Independent Variable (Variabel Bebas)</i>						
1	Kualitas Pelayanan	X <sub>1</sub>	Lewis & Booms (1983) kualitas jasa atau pelayanan adalah sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan (nasabah) (Tjiptono dan Chandra, 2007:157)	Kepatuhan syariah ( <i>sharia compliance</i> )	1-5	Interval
				Jaminan ( <i>assurance</i> )	1-5	Interval
				Keandalan ( <i>reliability</i> )	1-5	Interval
				Bukti fisik ( <i>tangible</i> )	1-5	Interval
				Kepedulian ( <i>emphaty</i> )	1-5	Interval
				Daya tanggap ( <i>responsiveness</i> )	1-5	Interval

Tabel 3.1 – Lanjutan

No	Variabel	Notasi	Definisi Operasional	Indikator	Skala pengukuran	Skala
<i>Independent Variable (Variabel Bebas)</i>						
2	Kepercayaan Nasabah	X <sub>2</sub>	Kepercayaan nasabah adalah persepsi terhadap kehandalan dari sudut pandang nasabah didasarkan pada pengalaman atau mengarah pada tahapan transaksi yang ditandai dengan harapan kinerja produk terpenuhi dan tercapainya kepuasan (Saputro, et.al, 2017).	Persepsi Integritas	1-5	Interval
				Persepsi Kebaikan	1-5	Interval
				Persepsi Kompetensi	1-5	Interval

Tabel 3.1 – Lanjutan

No	Variabel	Notasi	Definisi Operasional	Indikator	Skala pengukuran	Skala
<b>Dependent Variable (Variabel Terikat)</b>						
3	Kepuasan Nasabah	Y	Suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa (Tjiptono, 1997:23)	Kepuasan nasabah keseluruhan ( <i>overall customer satisfaction</i> )	1-5	Interval
				Dimensi kualitas pelanggan/nasabah	1-5	Interval
				Konfirmasi harapan ( <i>confirmation of expectations</i> )	1-5	Interval
				Niat Beli Ulang ( <i>repurchase Intention</i> )	1-5	Interval
				Kesediaan untuk merekomendasi ( <i>willingness to recommend</i> )	1-5	Interval
				Ketidakpuasan pelanggan ( <i>customer dissatisfaction</i> )	1-5	Interval

### 3.6 Skala Pengukuran

Untuk mengukur pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan nasabah terhadap kepuasan nasabah, peneliti akan menggunakan *skala likert*. Menurut Kinnear (1998) *skala likert* berkaitan dengan sikap seseorang terhadap suatu pertanyaan atau pernyataan, misalnya sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju ataupun sangat tidak setuju, sangat baik, baik, ragu-ragu, tidak baik, ataupun sangat tidak baik (Umar, 2009:70). Jika item pernyataan atau pertanyaan bernilai positif maka bobot angka terbesar diletakkan pada ‘sangat setuju’ dan begitupun sebaliknya (Suliyanto, 2009:83). Jenis kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner tertutup yaitu pilihan jawaban sudah disediakan oleh peneliti kemudian responden hanya tinggal memilih (Suliyanto, 2009:141).

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

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

Sumber : Morrisian (2012:89)

Adapun, pernyataan-pernyataan untuk kuesioner atau angket berdasarkan variabel dan indikator di atas adalah sebagai berikut. Variabel variabel tersebut (kualitas pelayanan, kepercayaan nasabah dan kepuasan nasabah) diukur dengan menggunakan skala likert 1 sampai dengan 5 responden diminta untuk memberikan

konfirmasi atas pernyataan-pernyataan yang diberikan dalam skala 1 untuk jawaban “Sangat Tidak Setuju”, 2 untuk “Tidak Setuju”, 3 untuk “Ragu-Ragu”, 4 untuk “Setuju” dan 5 untuk “Sangat Setuju”.

#### A. Pernyataan Variabel Kualitas Pelayanan

**Tabel 3.3**  
**Variabel Kualitas Pelayanan**

Item	Pernyataan Angket	Sumber
<b>Kepatuhan Syariah</b>		
A1	Bank sudah menerapkan pelayanan secara Islami	Putri Dwi Cahyani (2016) Tingkat Kepuasan Nasabah terhadap Kualitas Layanan Perbankan Syariah di Yogyakarta
A2	Bank tidak menerapkan sistem bunga pada produk tabungan dan pinjaman	Putri Dwi Cahyani (2016) Tingkat Kepuasan Nasabah terhadap Kualitas Layanan Perbankan Syariah di Yogyakarta
A3	Nasabah puas menggunakan dana dari bank karena menggunakan sistem bagi hasil	Vindie Riztya Lubis (2011) Evaluasi Dan Perancangan Perbaikan Kualitas Sistem Pelayanan Nasabah Pada Unit <i>Customer Service</i> Pt. Bank Syariah Mandiri Cabang Medan Dengan Menggunakan Metode <i>Servqual (Service Quality)</i>
<b>Jaminan (<i>Assurance</i>)</b>		
A4	Karyawan bank syariah memiliki pengetahuan yang baik terhadap jenis layanan dan produk perbankan	Joni Fadli Kurniawan (2014) Analisis Kepuasan Nasabah Tentang Layanan PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk. Kantor Cabang Kotabumi Lampung Utara (diolah kembali)

**Tabel 3.3 – Lanjutan**

Item	Pernyataan Angket	Sumber
<i>Jaminan (Assurance)</i>		
A5	Bank syariah menjamin keamanan nasabah dalam bertransaksi	Ramadhanta Surya Artana (2016) Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan dan Kepercayaan Nasabah Sebagai Variabel Intervening di PD Bank Jogja Yogyakarta
A6	Karyawan bank syariah bersikap sopan kepada nasabah	Agus Rofik Wahyudi (2013) Analisis Kualitas Pelayanan dengan Pendekatan Modified Servqual Di Bank Muamalat Cabang Tulungagung
<i>Keandalan (Reliability)</i>		
A7	Karyawan bersikap simpatik dalam menghadapi masalah atau komplain nasabah dalam hal transaksi perbankan	Mulyo Budi Setiawan dan Ukudi (2007) Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Komitmen Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada PD. BPR Bank Pasar Kendal)
A8	Karyawan bank syariah melakukan pencatatan dengan teliti dalam setiap transaksi	Arini Mar'atul Husnah (2015) Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Aksesibilitas Terhadap Kepuasan Nasabah (Survei Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Kudus)
A9	Pelayanan transaksi sesuai dengan nomor antrean yang diambil	Arini Mar'atul Husnah (2015) Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Aksesibilitas Terhadap Kepuasan Nasabah (Survei Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Kudus)

**Tabel 3.3 – Lanjutan**

Item	Pernyataan Angket	Sumber
<i>Bukti Fisik (Tangibles)</i>		
A10	Bank syariah memiliki ruang tunggu yang nyaman	Arini Mar'atul Husnah (2015) Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Aksesibilitas Terhadap Kepuasan Nasabah (Survei Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Kudus)
A11	Bank syariah memiliki area parkir yang memadai	Arini Mar'atul Husnah (2015) Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Aksesibilitas Terhadap Kepuasan Nasabah (Survei Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Kudus) (telah diolah kembali)
A12	Tersedia slip atau formulir yang disertai dengan contoh pengisiannya	Arini Mar'atul Husnah (2015) Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Aksesibilitas Terhadap Kepuasan Nasabah (Survei Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Kudus) (telah diolah kembali)
<i>Kepedulian (Empathy)</i>		
A13	Pegawai bank syariah selalu memberikan salam ketika selesai melayani transaksi nasabah	Muntiyas Syilvani (2016) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BNI Syariah Cabang Kusumanegara Yogyakarta
A14	Bank syariah memiliki jam pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan nasabah	Badi'u Rajab (2008) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank DKI Syari'ah
A15	Pegawai bank syariah selalu memberikan salam ketika selesai melayani transaksi nasabah	Muntiyas Syilvani (2016) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BNI Syariah Cabang Kusumanegara Yogyakarta

**Tabel 3.3 – Lanjutan**

Item	Pernyataan Angket	Sumber
<i>Daya Tanggap (Responsiveness)</i>		
A16	Bank syariah dalam memberikan pelayanan kepada nasabah tidak memandang status sosial	Yuliana Ari Susanti (2011) Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pengguna Jasa Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Salatiga
A17	Karyawan bank syariah tanggap dalam memenuhi kebutuhan nasabah dalam bertransaksi	Joni Fadli Kurniawan (2014) Analisis Kepuasan Nasabah Tentang Layanan PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk. Kantor Cabang Kotabumi Lampung Utara
A18	<i>Customer Service</i> bank syariah memberikan informasi yang nasabah butuhkan dengan jelas	Badi'u Rajab (2008) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank DKI Syari'ah

## B. Pernyataan Variabel Kepercayaan Nasabah

**Tabel 3.4  
Variabel Kepercayaan Nasabah**

Item	Pernyataan Angket	Sumber
<i>Kemampuan (Ability)</i>		
B1	Karyawan bank syariah memberikan pelayanan yang cepat tanpa membuat nasabah menunggu lama	Agus Bastiar (2012) Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Nasabah Bank ( <i>Studi Kasus Pada Nasabah BRI Unit Pangandaran Banjar</i> )
B2	Bank syariah memiliki kemampuan untuk menyediakan produk atau jasa yang berkualitas	Ainur Rofiq (2007) Pengaruh Dimensi Kepercayaan (Trust) Terhadap Partisipasi Pelanggan E-Commerce
B3	Bank syariah mampu menjaga kepercayaan nasabah dalam menggunakan produk atau layanan	Ramadhanta Surya Artana (2016) Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan dan Kepercayaan Nasabah Sebagai Variabel Intervening di PD Bank Jogja Yogyakarta

**Tabel 3.4 – Lanjutan**

Item	Pernyataan Angket	Sumber
<b>Kebaikan Hati (<i>Benevolence</i>)</b>		
B4	Karyawan bank syariah mengutamakan kepentingan	Agus Bastiar (2012) Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Nasabah Bank (Studi Kasus Pada Nasabah BRI Unit Pangandaran Banjar)
B5	Satpam memberikan sambutan dengan baik kepada nasabah yang datang	Agus Bastiar (2012) Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Nasabah Bank (Studi Kasus Pada Nasabah BRI Unit Pangandaran Banjar)
B6	Bank syariah memberikan tenggang waktu kepada nasabah yang masih memiliki tanggungan pinjaman	Agus Bastiar (2012) Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Nasabah Bank (Studi Kasus Pada Nasabah BRI Unit Pangandaran Banjar)
No.	Pernyataan Integritas ( <i>Integrity</i> )	Sumber
B7	Produk yang ditawarkan bank syariah sangat beragam sesuai dengan iklan	Arini Mar'atul Husnah (2015) Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Aksesibilitas Terhadap Kepuasan Nasabah (Survei Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Kudus) (telah diolah kembali)
B8	Karyawan bank syariah menunjukkan bukti transaksi kepada nasabah setelah bertransaksi	Rizki Citra Permata (2017) Pengaruh Kepercayaan Dan Komitmen Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Di PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Kantor Cabang Syariah Palembang
B9	Bank syariah memiliki gerai ATM yang mudah dijangkau oleh nasabah	Arini Mar'atul Husnah (2015) Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Aksesibilitas Terhadap Kepuasan Nasabah (Survei Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Kudus)

## C. Pernyataan Variabel Kepuasan Nasabah

**Tabel 3.5**  
**Variabel Kepuasan Nasabah**

Item	Pernyataan Angket	Sumber
<b>Kepuasan Pelanggan Keseluruhan (<i>Overall Customer Satisfaction</i>)</b>		
C1	Nasabah puas terhadap pelayanan di bank syariah	Lailatul Zulfah (2008) Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Haji Pada PT. BNI Syariah Tbk Cabang Jakarta Timur (telah diolah kembali)
<b>Dimensi Kualitas Pelayanan</b>		
C2	Kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan bank syariah sangat baik	Fitri Madona (2017) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang 16 Ilir Palembang (telah diolah kembali)
<b>Konfirmasi Harapan (<i>Confirmation of Expectation</i>)</b>		
C3	Pelayanan yang diberikan pegawai bank syariah sesuai dengan harapan	Fitri Madona (2017) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang 16 Ilir Palembang
<b>Niat Beli Ulang (<i>Repurchase Intention</i>)</b>		
C4	Fasilitas yang ada di bank syariah sangat lengkap sehingga nasabah akan menggunakan jasa bank kembali	Fitri Madona (2017) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang 16 Ilir Palembang
<b>Kesediaan untuk Merekomendasi (<i>Willingness to Recommend</i>)</b>		
C5	Nasabah bersedia untuk merekomendasikan bank syariah pada orang lain	Fitri Madona (2017) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang 16 Ilir Palembang (telah diolah kembali)

**Tabel 3.5 – Lanjutan**

Item	Pernyataan Angket	Sumber
Ketidakpuasan Nasabah ( <i>Dissatisfaction Customer</i> )		
C6	Bank syariah menyediakan sarana untuk melakukan keluhan (komplain) seperti adanya <i>customer service, call center</i> dan kotak saran	Fitri Madona (2017) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang 16 Ilir Palembang (telah diolah kembali)

### 3.7 Tahap Pengolahan Data

Tahap pengolahan data adalah proses lanjutan dari penelitian setelah data dikumpulkan dari lapangan. Pada penelitian kuantitatif, pengolahan data dilaksanakan melalui tahap memeriksa (*editing*), tahap pemberian identitas (*coding*) dan proses pembeberan (*tabulating*).

#### 1. *Editing*

*Editing* adalah proses yang dilakukan untuk memeriksa atau mengecek data-data yang telah dikumpulkan dari lapangan. Tahap ini dilakukan untuk memeriksa atau mengecek data-data jika ada kuesioner yang tidak lengkap yang tidak diisi oleh responden (Bungin, 2005:173).

#### 2. *Coding*

Pengkodean (*coding*) merupakan pemberian identitas atau kode pada data-data yang telah diedit sebelumnya, agar memiliki arti pada saat dilakukan analisis nanti (Bungin, 2005:173). Pemberian kode boleh dalam bentuk huruf maupun angka (Suliyanto, 2009:165).

### 3. *Tabulating*

Menurut Bungin (2005:173) *tabulating* atau tabulasi adalah proses memasukkan data dalam tabel-tabel. Setelah data selesai dimasukkan dalam tabel selanjutnya peneliti akan menganalisis data-data tersebut dengan menggunakan bantuan program komputer yaitu SPSS versi 25.

## 3.8 Uji Instrumen Penelitian

### 1. Uji Validitas

Nasution (1996:74) menyatakan bahwa suatu instrumen dikatakan valid, jika instrumen tersebut dapat mengukur apa yang seharusnya diukur. Umar (2009:166) menyatakan bahwa uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah ada pertanyaan atau pernyataan harus di buang atau diganti karena dianggap tidak relevan. Siregar (2013:48) menyatakan untuk menguji sejauh mana tingkat validitas instrumen penelitian data, maka dapat digunakan teknik korelasi *product moment* dari Pearson. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan antara nilai  $r$  hitung dengan nilai  $r$  tabel dengan nilai signifikansi ( $\alpha$ ) = 0,05.

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

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menetapkan apakah instrumen dalam hal ini kuesioner dapat digunakan lebih dari satu kali seperti digunakan oleh responden yang sama (Umar, 2009:168).

Hal yang harus diperhatikan dalam uji reliabilitas :

- Nilai-nilai pengujian reliabilitas berasal dari skor-skor item pernyataan yang valid.
- Instrumen dikatakan reliabel, jika nilai *Cronbach Alpha* yang diperoleh lebih besar dari 0,60.

Arikunto dalam (Basyari,2013) untuk menginterpretasikan tingkat reliabilitas atau keandalan dalam suatu angket atau instrumen, digunakan pedoman sebagai berikut.

**Tabel 3.6**  
**Interpretasi Nilai r**

<b>Besarnya Nilai r</b>	<b>Interpretasi</b>
Antara 0.00 - 0.20	Sangat rendah
Antara 0.20 - 0.40	Rendah
Antara 0.40 - 0.60	Cukup kuat
Antara 0.60 - 0.80	Kuat
Antara 0.80 - 1.00	Sangat Kuat

Sumber: Basyari (2013:30)

## 3.9 Teknik Analisis Data

### 1. Uji Normalitas

Rumengan (2013:238) menjelaskan bahwa uji normalitas data digunakan untuk melihat apakah dalam model regresi variabel terikat (*dependent*) dan variabel bebas (*independent*) nya memiliki

distribusi normal atau tidak. Uji normalitas data dalam penelitian ini yaitu dengan analisis grafik dan analisis statistik.

- Analisis grafik menggunakan *Normal P-Plot of Regression Standardized Residual* dan menggunakan grafik histogram. Jika pada *normal plot* menyebar mengikuti arah garis diagonal atau menyebar disekitar garis diagonal maka model regresinya memenuhi asumsi normalitas. Untuk melihat data berdistribusi normal atau tidak, peneliti juga melihat dengan menggunakan grafik histogram. Hadiwidjaja dan Triani (2009) jika distribusi data membentuk lonceng (*bell shaped*), tidak condong ke kiri atau ke kanan dapat disimpulkan data berdistribusi normal.
- Analisis Statistik, untuk menguji data berdistribusi normal atau tidak, maka peneliti menggunakan statistik non-parametik Kolmogorov-Smirnov (K-S) , dengan alpha sebesar 5%. Ghozali (2016:158) menjelaskan bahwa jika nilai signifikan ( $\alpha$ ) dari pengujian Kolmogorov-Smirnov  $>$  dari 0,05 dapat disimpulkan data berdistribusi normal. Sebaliknya, jika pengujian Kolmogorov-Smirnov  $<$  dari 0,05, maka data berdistribusi tidak normal.

## 2. Uji Multikolinieritas

Rumengan (2013:239) menjelaskan bahwa pengujian multikolinieritas digunakan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi yang kuat antar variabel bebasnya (*independent*). Kesimpulannya dapat

diperoleh dengan melihat nilai faktor inflasi varian (*Variance Inflasi Factor/VIP*) yang tidak melebihi 5. Jika terjadi korelasi, maka terdapat multikolinieritas. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi korelasi antar variabel multikolinieritas.

### 3. Uji Heteroskedastisitas

Rumengan (2013:240) menjelaskan bahwa uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi, terjadi ketidaksamaan varians dari residual dari suatu pengamatan ke pengamatan lainnya. Disebut homokedastisitas, jika variasi residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya tetap, tetapi jika variansnya berbeda maka disebut heteroskedastisitas, penelitian yang baik adalah jika diuji tidak mengalami heteroskedastisitas. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan uji glejser untuk melihat terjadi heteroskedastisitas atau tidak.

## 3.10 Analisis Korelasi dan Regresi

### 1. Analisis Korelasi Parsial

Sugiyono (2013) dalam Hadayani (2015:101) analisis korelasi parsial digunakan untuk mengetahui seberapa besar kekuatan hubungan antara korelasi kedua variabel dimana variabel lainnya yang dianggap berpengaruh dikendalikan atau dibuat sebagai variabel kontrol atau tetap. Teknik statistik yang digunakan adalah *Pearson Correlation Product Moment* dengan bantuan SPSS versi 25.

**Tabel 3.7**  
**Intepretasi Koefisien Korelasi**

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Lemah
0,20 – 0,399	Lemah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,00	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2013) dalam Handayani (2015:101)

## 2. Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linier sederhana adalah untuk menguji pengaruh masing-masing variabel bebas/independen (X) terhadap variabel terikat/dependen (Y). Analisis regresi linear sederhana ini digunakan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan (X1) terhadap kepuasan nasabah (Y), serta bagaimana pengaruh kepercayaan nasabah (X2) terhadap kepuasan nasabah (Y). Untuk melakukan pengujian, maka peneniti menggunakan program SPSS versi 25 dan Microsoft Excel versi 2007. Bentuk persamaannya:

$$Y = a + bX + e \quad (3.2)$$

Keterangan :

Y = Variabel kepuasan nasabah

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

X1 = Variabel Kualitas Pelayanan

X2 = Variabel Kepercayaan Nasabah

e = error

### 3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda yaitu sebuah variabel terikat (variabel Y) dihubungkan dengan dua atau lebih variabel bebas (variabel X) (Hasan, 2009:74).

Bentuk persamaan garis regresinya adalah :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 \quad (3.3)$$

Keterangan :

Y = variabel terikat (kepuasan nasabah)

X<sub>1</sub> = kualitas pelayanan

X<sub>2</sub> = kepercayaan nasabah

a = konstanta

b<sub>1</sub> dan b<sub>2</sub> = koefisien regresi.

#### 3.11 Uji Hipotesis

Menurut Sulaiman (2002:136), pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan linier antar variabel *dependent* dan *independent*. Sedangkan Sugiyono (2016 :96) mendefinisikan hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, rumusan masalah penelitian dinyatakan dalam bentuk pernyataan. Mason dan Lind (1996:372) mendefinisikan bahwa pengujian hipotesis adalah suatu prosedur yang didasarkan atas bukti sampel dan teori probabilitas yang dipakai untuk menentukan apakah hipotesis yang telah dibuat oleh peneliti merupakan pernyataan yang wajar sehingga bisa diterima

(tidak ditolak) atau hipotesis tersebut tidak wajar sehingga ditolak.

Hipotesis dibagi menjadi dua :

- Pertama, hipotesis nol ( $H_0$ ) Hipotesis nol adalah suatu pernyataan yang tidak ditolak jika data sampel tidak memberikan cukup bukti yang meyakinkan bahwa datanya adalah salah (Mason dan Lind, 1996:372).
- Kedua, hipotesis alternatif ( $H_a$ ) adalah suatu pernyataan yang diterima jika data populasi atau sampel memberikan bukti bahwa hipotesis nol adalah salah.

Untuk regresi linear, uji statistik dapat dibedakan menjadi dua, yaitu:

### 1. Uji Individual (Uji t)

Menurut Arikunto (2013:364) Uji statistik t atau uji-t atau disebut juga dengan *t-test* diperkenalkan oleh Gossett. Sulaiman (2002:154) uji-t digunakan untuk melihat seberapa besar pengaruh signifikansi variabel *independent* secara individual terhadap variabel *dependent*. Prosedur statistik uji-t adalah:

- Membuat hipotesis dalam uji-t:
  - $H_{01}$ : tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial (individual) antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah.
  - $H_{a1}$ : terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial (individual) antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah.

- $H_{02}$ : tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial (individual) antara variabel kepercayaan nasabah terhadap kepuasan nasabah.
- $H_{a2}$ : terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial (individual) antara variabel kepercayaan nasabah terhadap kepuasan nasabah
- Taraf signifikansi ( $\alpha$ ) yang peneliti gunakan adalah 5% (0,05).
- Nilai t tabel memiliki derajat kebebasan (db) :  $n-2$
- Kriteria pengujian :
- Jika  $t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$ , maka  $H_0$  diterima,  $H_a$  ditolak
- Jika  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak,  $H_a$  diterima

## 2. Uji Serentak atau Simultan (Uji F)

Menurut Arikunto (2013:364) Uji F atau *F-test* disebut juga sebagai analisis varians. Uji-f dilakukan untuk melihat pengaruh variabel *independent* secara keseluruhan terhadap variabel *dependent*. Adapun prosedur uji F (uji serentak) dalam penelitian ini adalah:

- Membuat hipotesis dalam uji serentak atau simultan :
  - $H_0$ : tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan (bersama-sama) antara variabel kualitas pelayanan dan kepercayaan nasabah terhadap kepuasan nasabah.
  - $H_a$ : terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan (bersama-sama) antara variabel kualitas pelayanan dan kepercayaan nasabah terhadap kepuasan nasabah.

- Taraf signifikansi ( $\alpha$ ) yang peneliti gunakan adalah 5% (0,05).
- Nilai F tabel memiliki derajat kebebasan (db) :  $V_{x1} = m - 1$ ;  $V_{x2} = n - m$  ; dengan  $m =$  jumlah variabel,  $n =$  jumlah sampel. Maka  $F_{\alpha(v1)(v2)=...}$
- Kriteria pengujian :
  - Jika  $F \text{ hitung} \leq F \text{ tabel}$ , maka  $H_0$  diterima,  $H_a$  ditolak
  - Jika  $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak,  $H_a$  diterima

### 3. 12 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi adalah perbandingan total variasi dalam variabel terikat (Y) yang dapat dijelaskan oleh variabel bebas (X). Untuk dapat melakukan uji koefisien determinasi syaratnya adalah hasil uji-f dalam analisis regresi memiliki nilai positif (spssindonesia.com, 2017). Dan untuk mengetahui berapa persen kontribusi pengaruh yang diberikan oleh variabel kualitas pelayanan dan kepercayaan nasabah, maka persamaannya:

$$SE(X1)\% = \text{Beta} \times \text{Koefisien Korelasi} \times 100\% \quad (3.4)$$

Keterangan: Beta x (Koefisien regresi)

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

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

Gagasan untuk mendirikan Bank milik Pemerintah Daerah di Aceh teretus atas prakarsa Dewan Pemerintah Daerah Peralihan Provinsi Atjeh (sekarang disebut Pemerintah Provinsi Nanggroe Aceh Darussalam). Setelah mendapat persetujuan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah peralihan Provinsi Aceh di Kutaraja (sekarang Banda Aceh) dengan Surat Keputusan Nomor 7/DPRD/5 tanggal 7 September 1957, beberapa orang mewakili Pemerintah Daerah menghadap Mula Pangihutan Tamboenan, wakil Notaris di Kutaraja, untuk mendirikan suatu Bank dalam bentuk Perseroan Terbatas yang bernama “PT Bank Kesejahteraan Atjeh, NV” dengan modal dasar ditetapkan Rp 25.000.000.

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

Bank milik Pemerintah Daerah yang sudah berdiri sebelumnya, harus menyesuaikan diri dengan Undang-undang tersebut.

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

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

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

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

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

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

Husni Usman, SH No.42 tanggal 30 Agustus 2003, modal dasar ditempatkan PT Bank BPD Aceh ditambah menjadi Rp 500 milyar.

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

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

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

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

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

## **4.2 Visi dan Misi**

### **4.2.1 Visi**

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

### **4.2.2 Misi**

1. Menjadi penggerak perekonomian Aceh dan pendukung agenda pembangunan daerah.
2. Memberi layanan terbaik dan lengkap berbasis TI untuk semua segmen nasabah, terutama sektor usaha kecil, menengah, sektor pemerintah maupun korporasi
3. Menjadi bank yang memotivasi karyawan, nasabah dan *stakeholders* untuk menerapkan prinsip syariah dalam muamalah secara komprehensif (*syumul*).
4. Memberi nilai tambah yang tinggi bagi pemegang saham dan masyarakat Aceh umumnya.
5. Menjadi perusahaan pilihan utama bagi profesional perbankan syariah di Aceh.

## **4.3 Produk dan Layanan**

### **4.3.1 Penghimpunan Dana**

#### **A. Tabungan**

- Tabungan Seulanga Ib

Tabungan seulanga adalah tabungan perorangan yang diperuntukan untuk kalangan nasabah menengah ke atas, memberikan tingkat nisabah yang lebih tinggi dibandingkan tabungan lainnya dengan fasilitas pemberian hadiah

langsung tanpa diundi yang tentunya sesuai dengan poin yang dimiliki nasabah sebagai penabung.

- Tabungan Aneka Guna

Tabungan aneka guna adalah tabungan yang dapat dimiliki oleh siapa pun dengan setoran awal hanya sebesar Rp. 20.000,-. Nasabah dapat menarik atau menyetor uang dengan tabungan aneka guna setiap hari kerja di seluruh kantor Bank Aceh Syariah.

- Tabungan SIMPEDA

Tabungan Simpeda adalah Tabungan yang dapat diikuti oleh perorangan untuk membantu mengatur keuangan anda secara profesional.

- Tabunganku

Tabunganku adalah tabungan untuk perorangan dengan persyaratan mudah dan ringan yang diterbitkan secara bersama oleh bank–bank di Indonesia dalam upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan menumbuhkan budaya menabung.

- Tabungan Haji Akbar

Tabungan haji merupakan tabungan yang dapat membantu nasabah mewujudkan niat menunaikan ibadah haji.

- Tabungan Firdaus

Tabungan firdaus merupakan salah satu produk tabungan bank Aceh dimana pemilik dana memberikan kepercayaan

penuh kepada bank untuk mengelola dananya dengan pembagian nisbah/bagian yang telah disepakati sebelumnya

- Tabungan Sahara

Tabungan dalam bentuk mata uang rupiah pada Bank Aceh Syariah yang dikhususkan bagi umat muslim untuk memenuhi biaya perjalanan ibadah haji dan umrah yang dikelola berdasarkan prinsip syariah dengan akad *Wadiah Yad Dhamanah*, yaitu dana titipan murni nasabah kepada bank.

## B. Giro

- Giro Bank Aceh

Giro adalah simpanan dalam rupiah pihak ketiga, yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan mempergunakan cheque, surat perintah pembayaran lainnya atau dengan perintah pemindah bukuan ( misalnya Bilyet Giro, Warkat Kliring, dll). Nama-nama produk giro pada Bank Aceh Syariah adalah giro pemerintah pusat, giro pemerintah daerah, giro BUMN/BUMD, giro pemerintah campuran, giro perusahaan umum (pribumi), giro perusahaan umum (non pribumi), giro yayasan/badan sosial/koperasi, giro perorangan (pribumi), giro perorangan (non pribumi), giro antar bank, giro lainnya.

- Giro Wadiah

Sarana penyimpanan dana dalam bentuk mata uang rupiah pada Bank Aceh Syariah yang pengelolaan dananya

berdasarkan prinsip syariah dengan akad *Wadiah Yad Dhamanah*, yaitu dana titipan murni nasabah kepada Bank yang dapat diambil setiap saat dengan menggunakan media *Cheque* dan *Bilyet Giro*.

#### C. *Deposito*

##### - *Deposito Bank Aceh*

*Deposito* adalah simpanan pihak ketiga yang penarikannya hanya dapat dilakukan setelah jangka waktu tertentu sesuai dengan perjanjian antara bank dengan yang bersangkutan.

##### - *Deposito Mudharabah*

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

#### D. *Simpanan Pensiunan*

*Simpanan Pensiun* merupakan layanan tabungan bagi nasabah pensiun pada PT. Bank Aceh Syariah yang diharapkan dapat memberikan layanan khusus bagi para Pegawai Negeri Sipil yang memasuki masa pensiun.

### 4.3.2 Penyaluran Dana

#### A. Pembiayaan Murabahah

Pembiayaan dalam bentuk mata uang rupiah pada Bank Aceh Syariah menggunakan prinsip syariah dengan akad *Murabahah*, yaitu pembiayaan yang diberikan kepada seluruh anggota masyarakat dengan sistem jual beli. Dalam hal ini nasabah sebagai pembeli dan bank sebagai penjual, harga jual bank adalah harga beli dari *supplier* ditambah keuntungan yang disepakati dan tercantum dalam akad.

#### B. Pembiayaan Musyarakah

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

#### C. Pembiayaan Mudharabah

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

#### D. Pembiayaan Rahn

Rahn Gadaai Emas Syariah atau disebut juga pembiayaan rahn pada Bank Aceh Syariah menggunakan prinsip syariah dengan akad *Qardh*, *Rahn* dan *Ijarah*, yaitu penyerahan hak penguasaan secara fisik atas barang berharga berupa emas (lantakan dan atau perhiasan beserta aksesorisnya) dari nasabah kepada bank sebagai agunan atas pembiayaan yang diterima. Qardh Beragun Emas adalah solusi tepat dalam memenuhi kebutuhan dana bersifat segera yang sesuai dengan prinsip syariah. Proses pencairan sangat mudah dan cepat dengan fasilitas tempat penyimpanan barang jaminan yang aman.

#### E. Pembiayaan Wakalah

Fatwa 10/DSN-MUI/IV/2000 mengenai wakalah adalah pelimpahan kekuasaan oleh satu pihak kepada pihak lain.

#### F. Pembiayaan Ijarah

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

### 4.3.3 Layanan

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

## 4.4 Deskripsi Data Responden

Dalam penelitian ini, peneliti telah memperoleh data responden melalui penyebaran angket atau kuesioner. Peneliti memlih memaparkan deskripsi data responden melalui informasi jenis kelamin, umur, pendidikan terakhir, pekerjaan dan lamanya responden menjadi nasabah di bank tersebut.

### 4.4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

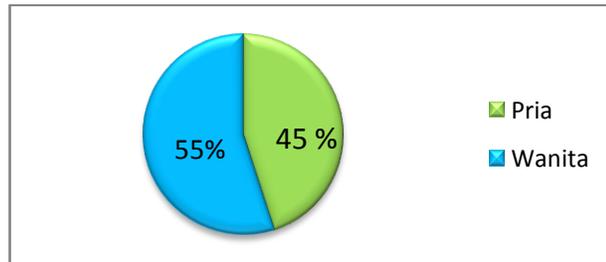
Dalam penelitian ini responden yang diambil adalah nasabah yang bertransaksi di PT. Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh. Adapun responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada Tabel 4.1.

**Tabel 4.1**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Jumlah
1.	Pria	45
2.	Wanita	55

Sumber : Data primer diolah (2018)

Berdasarkan tabel 4.1, dapat disimpulkan bahwa mayoritas nasabah yang menjadi responden adalah berasal dari kalangan wanita, yaitu sebanyak 55 orang. Sedangkan jumlah responden yang berjenis kelamin pria adalah 45 orang.



**Gambar 4.1 Diagram Jenis Kelamin Responden**

Berdasarkan gambar 4.1, dapat disimpulkan bahwa yang banyak menjadi responden penelitian adalah wanita sebesar 55% dan sisanya pria sebanyak 45%.

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

Dalam penelitian ini, peneliti mengelompokkan umur responden berdasarkan 4 kategori, yaitu 16-25 tahun, 26-35 tahun, 36-45 tahun, dan > 45 tahun.

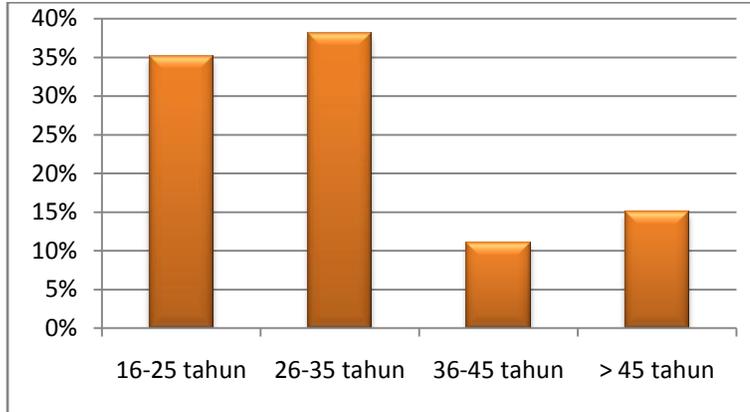
**Tabel 4.2**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Umur**

No	Umur	Jumlah
1.	16-25 tahun	35
2.	26-35 tahun	38
3.	36-45 tahun	11
4.	> 45 tahun	15

Sumber : Data primer diolah (2018)

Berdasarkan Tabel 4.2 dapat disimpulkan bahwa responden yang paling banyak menurut umur adalah nasabah yang berumur

26-35 tahun, sebanyak 38 responden. Adapun gambaran responden berdasarkan umur ditampilkan pada gambar 4.2.



Sumber: Data primer diolah (2018)

#### **Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur**

Berdasarkan umur responden pada gambar 4.2, terlihat bahwa responden yang mendominasi adalah responden berusia 26 s/d 35 tahun sebesar 38%, sedangkan yang paling sedikit adalah yang berumur 36 s/d 45 tahun sebesar 11%.

#### **4.4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir**

Peneliti membagi pendidikan terakhir responden menjadi 5 kategori, yaitu SD, SMP, SMA/SMK, Diploma, S1/S2. Untuk lebih jelasnya, peneliti sudah merangkumnya dalam tabel 4.3 sebagai berikut.

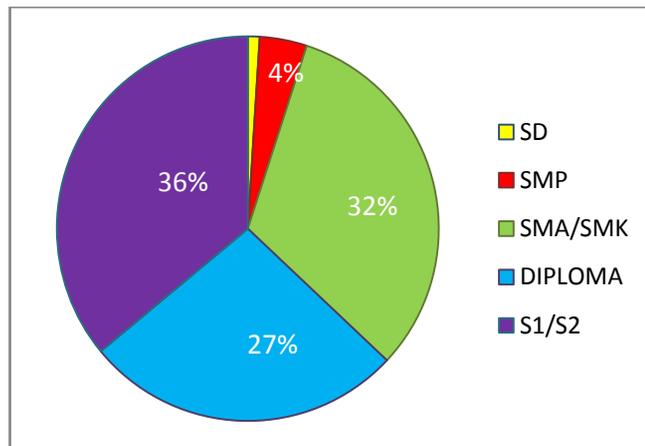
**Tabel 4.3**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir**

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah
1.	SD	1
2.	SMP	4
3.	SMA/SMK	32
4.	DIPLOMA	27
5.	S1/S2	36

Sumber: Data primer diolah (2018)

Berdasarkan tabel 4.3 dapat disimpulkan bahwa nasabah yang berpendidikan terakhir S1/S2 adalah yang terbanyak menjadi responden penelitian yaitu berjumlah 36 responden. Sedangkan SD berjumlah 1 orang, SMP berjumlah 4 orang, SMA/SMK berjumlah 32 orang, dan diploma berjumlah 27 orang.

Persentase besaran responden berdasarkan pendidikan terakhir dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



Sumber: Data primer diolah (2018)

**Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir**

Berdasarkan gambar 4.3, mayoritas nasabah yang menjadi responden adalah berpendidikan terakhir S1/S2 dengan persentase

sebesar 36%, sedangkan yang berpendidikan terakhir SD sebesar 1%.

#### **4.4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

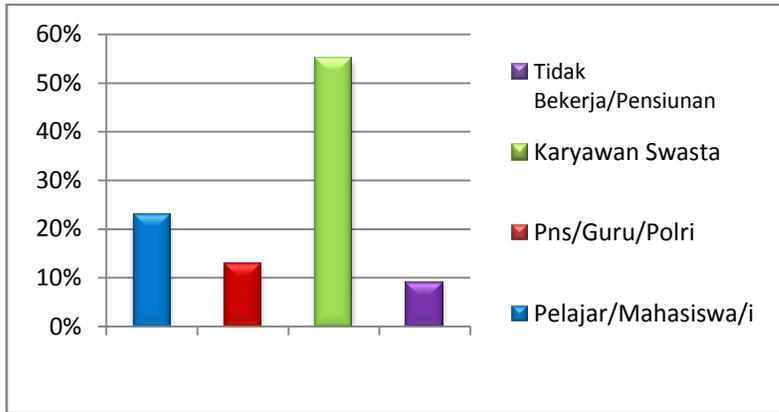
Dalam penelitian ini, peneliti membagi karakteristik responden berdasarkan pekerjaan menjadi empat kategori, seperti pada tabel 4.4 berikut.

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

No	Pekerjaan	Jumlah
1.	Pelajar/Mahasiswa/i	23
2.	PNS/Guru/Polri	13
3.	Karyawan Swasta	55
4.	Tidak Bekerja/Pensiunan	9

Sumber: Data primer diolah (2018)

Berdasarkan tabel 4.4 nasabah yang menjadi responden terbanyak adalah 55 orang yang bekerja sebagai karyawan swasta. Sedangkan responden yang bekerja sebagai PNS/Guru/Polri sebanyak 13 orang, pelajar/mahasiswa/i sebanyak 23 orang, dan responden yang tidak bekerja/pensiunan sebanyak 9 orang. Untuk lebih jelasnya, pada gambar 4.4 peneliti merangkum karakteristik responden berdasarkan pekerjaan.



Sumber: Data primer diolah (2018)

#### **Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

Berdasarkan gambar 4.4 terlihat bahwa yang menjadi responden dalam penelitian ini didominasi oleh responden yang bekerja sebagai karyawan swasta sebesar 55%. Sedangkan yang paling sedikit menjadi responden adalah yang tidak bekerja/pensiunan yaitu sebesar 9%. Sedangkan sisanya yaitu pelajar/mahasiswa/i sebesar 23% dan PNS/Guru/Polri sebesar 13% saja.

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

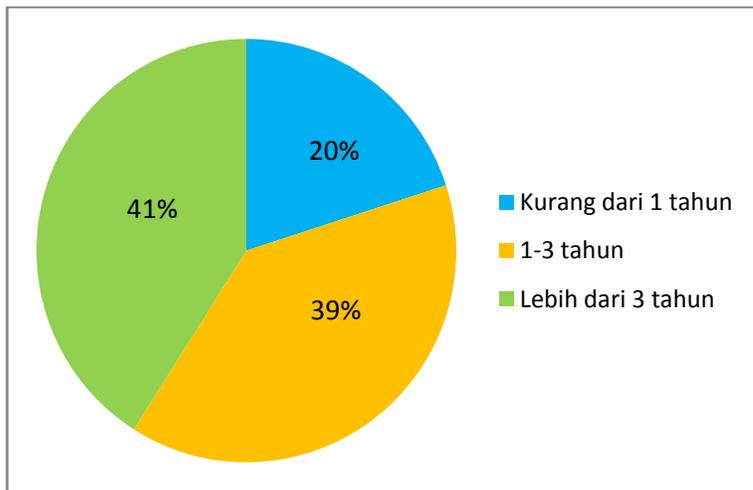
Untuk melihat karakteristik berdasarkan sudah berapa lama menjadi nasabah di bank tersebut, maka peneliti membagi menjadi 3 kategori, yaitu:

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

No	Sudah Menjadi Nasabah selama	Jumlah
1.	Kurang dari 1 tahun	20
2.	1-3 tahun	39
3.	Lebih dari 3 tahun	41

Sumber: Data primer diolah (2018)

Berdasarkan tabel 4.5 dapat disimpulkan bahwa yang paling banyak menjadi responden adalah yang sudah menjadi nasabah selama lebih dari 3 tahun sebanyak 41 orang. Sedangkan 39 orang yang menjadi responden yang telah menjadi nasabah selama 1-3 tahun, sisanya kurang dari 1 tahun sebanyak 20 orang . Untuk lebih jelasnya, tertera pada gambar 4.5 berikut.



Sumber: Data primer diolah (2018)

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

Berdasarkan gambar 4.5, dapat disimpulkan bahwa yang mendominasi menjadi responden adalah yang sudah menjadi

nasabah selama lebih dari 3 tahun sebesar 41%. Sedangkan sisanya adalah yang kurang dari 1 tahun sebesar 20% dan 39% responden yang telah menjadi nasabah selama 1-3 tahun.

## 4.5 Uji Instrumen Penelitian

### 4.5.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menguji valid atau tidaknya setiap butir pertanyaan atau pernyataan yang terdapat di dalam angket atau kuesioner. Setelah peneliti melakukan uji validitas terhadap 30 orang responden dan hasil pengujian dinyatakan bahwa instrumen penelitian valid, maka peneliti menyebarkan lagi kuesioner kepada sampel penelitian sebanyak 100 responden. Hasil pengujian tertera pada tabel 4.6.

**Tabel 4.6**  
**Uji Validitas 30 Sampel**

Variabel	Item	<i>Corrected item total Correlation</i> (r hitung)	r tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	A1	0,389	0.3610	Valid
	A2	0,486	0.3610	Valid
	A3	0,540	0.3610	Valid
	A4	0,481	0.3610	Valid
	A5	0,781	0.3610	Valid
	A6	0,670	0.3610	Valid
	A7	0,630	0.3610	Valid
	A8	0,582	0.3610	Valid
	A9	0,644	0.3610	Valid
	A10	0,601	0.3610	Valid
	A11	0,644	0.3610	Valid

**Tabel 4.6 – Lanjutan**

Variabel	Item	<i>Corrected item total Correlation</i> (r hitung)	r tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	A12	0,656	0.3610	Valid
	A13	0,660	0.3610	Valid
	A14	0,671	0.3610	Valid
	A15	0,477	0.3610	Valid
	A16	0,494	0.3610	Valid
	A17	0,579	0.3610	Valid
	A18	0,446	0.3610	Valid
Kepercayaan Nasabah (X2)	B1	0,335	0.3610	Valid
	B2	0,556	0.3610	Valid
	B3	0,434	0.3610	Valid
	B4	0,678	0.3610	Valid
	B5	0,650	0.3610	Valid
	B6	0,736	0.3610	Valid
	B7	0,692	0.3610	Valid
	B8	0,751	0.3610	Valid
Kepuasan Nasabah (Y)	B9	0,741	0.3610	Valid
	C1	0,844	0.3610	Valid
	C2	0,774	0.3610	Valid
	C3	0,559	0.3610	Valid
	C4	0,741	0.3610	Valid
	C5	0,755	0.3610	Valid
	C6	0,655	0.3610	Valid

Sumber: Data primer diolah (2018)

**Tabel 4.7**  
**Uji Validitas 100 Sampel**

Variabel	Item	<i>Corrected item total Correlation</i> (r hitung)	r tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	A1	0,793	0,1966	Valid
	A2	0,608	0,1966	Valid
	A3	0,534	0,1966	Valid
	A4	0,611	0,1966	Valid
	A5	0,651	0,1966	Valid
	A6	0,640	0,1966	Valid
	A7	0,728	0,1966	Valid

**Tabel 4.7 – Lanjutan**

Variabel	Item	<i>Corrected item total Correlation (r hitung)</i>	r tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	A8	0,724	0,1966	Valid
	A9	0,674	0,1966	Valid
	A10	0,687	0,1966	Valid
	A11	0,690	0,1966	Valid
	A12	0,610	0,1966	Valid
	A13	0,600	0,1966	Valid
	A14	0,599	0,1966	Valid
	A15	0,685	0,1966	Valid
	A16	0,697	0,1966	Valid
	A17	0,649	0,1966	Valid
Kepercayaan Nasabah (X2)	B1	0,654	0,1966	Valid
	B2	0,738	0,1966	Valid
	B3	0,700	0,1966	Valid
	B4	0,676	0,1966	Valid
	B5	0,737	0,1966	Valid
	B6	0,697	0,1966	Valid
	B7	0,630	0,1966	Valid
	B8	0,749	0,1966	Valid
	B9	0,689	0,1966	Valid
Kepuasan Nasabah (Y)	C1	0,807	0,1966	Valid
	C2	0,734	0,1966	Valid
	C3	0,772	0,1966	Valid
	C4	0,705	0,1966	Valid
	C5	0,730	0,1966	Valid
	C6	0,601	0,1966	Valid

Sumber: Data primer di olah (2018)

Berdasarkan tabel 4.6 pengujian dengan 30 responden dapat dilihat bahwa setiap nilai butir pernyataan valid, karena nilai setiap r hitung lebih besar dari nilai r tabel (0.3610). Sedangkan tabel 4.7 pengujian dengan 100 responden dapat diketahui bahwa nilai setiap butir pernyataan valid, karena nilai r hitung juga lebih besar dari r tabelnya (0,1966). Sehingga, dapat disimpulkan bahwa pengujian

kuesioner atau angket dengan 30 atau 100 nasabah responden valid, karena nilai setiap butir pernyataannya ( $r$  hitung) lebih besar dari  $r$  tabel.

#### 4.5.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menetapkan apakah instrumen dalam hal ini kuesioner dapat digunakan lebih dari satu kali seperti digunakan oleh responden yang sama.

**Tabel 4.8**  
**Uji Reliabilitas 30 Sampel**

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	N of items	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	0,882	18	sangat reliabel
Kepercayaan Nasabah (X2)	0,798	9	reliabel
Kepuasan Nasabah (Y)	0,812	6	sangat reliabel

Sumber: Data primer diolah (2018)

Berdasarkan tabel 4.8 dinyatakan bahwa kuesioner atau angket dapat digunakan lebih dari satu kali.

**Tabel 4.9**  
**Uji Reliabilitas 100 Sampel**

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	N of items	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	0,924	18	sangat reliabel
Kepercayaan Nasabah (X2)	0,866	9	sangat reliabel
Kepuasan Nasabah (Y)	0,818	6	sangat reliabel

Sumber: Data primer diolah (2018)

Berdasarkan tabel 4.9 dapat dinyatakan bahwa keusioner atau angket dapat digunakan lebih dari satu kali.

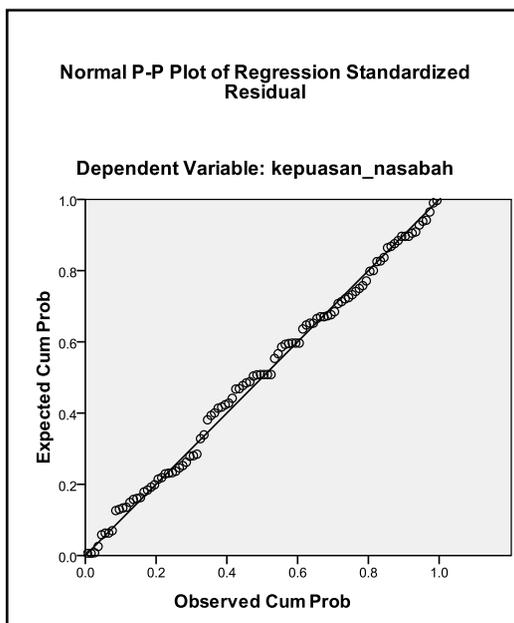
## 4.6 Uji Asumsi Klasik

### 4.6.1 Uji Normalitas

Uji normalitas data digunakan untuk melihat apakah dalam model regresi variabel terikat (*dependent*) dan variabel bebas (*independent*) memiliki distribusi normal atau tidak. Uji normalitas data dalam penelitian ini yaitu dengan analisis grafik dan analisis statistik.

#### a. Analisis Grafik

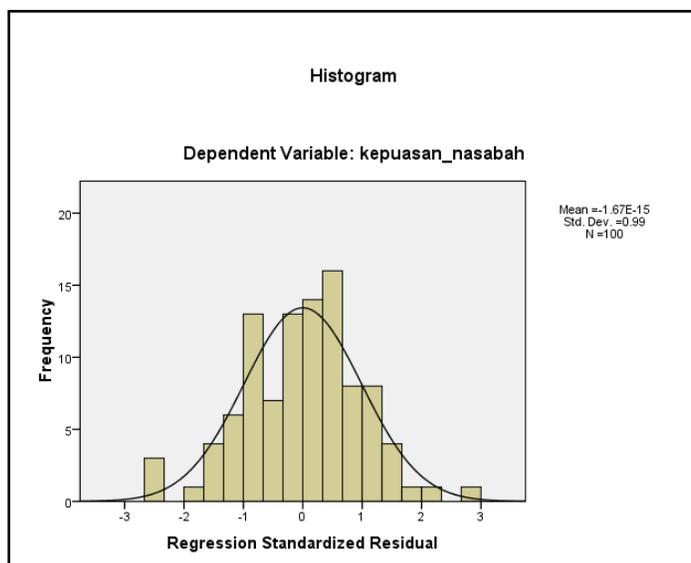
Analisis grafik pada gambar 4.6 *normal plot* menyebar disekitar garis diagonal sehingga dapat disimpulkan bahwa regresinya memenuhi asumsi normalitas.



Sumber: Data primer diolah (2018)

**Gambar 4.6 Grafik Normal P Plot**

Dari gambar 4.7 dapat disimpulkan bahwa distribusi data membentuk lonceng (*bell shaped*), tidak condong ke kiri atau ke kanan sehingga data berdistribusi normal.



Sumber: Data primer diolah (2018)

**Gambar 4.7 Grafik Histogram**

#### b. Analisis Statistik

Tabel 4.10 menunjukkan nilai dari *kolmogorov-smirnov test* adalah sebesar 0,200 yaitu lebih besar dari *alpha* 0,05 sehingga data normal.

**Tabel 4.10**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,77540139
Most Extreme Differences	Absolute	,047
	Positive	,037
	Negative	-,047
Test Statistic		,047
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data primer diolah (2018)

#### 4.6.2 Uji Multikolinieritas

**Tabel 4.11**  
**Uji Multikolinieritas**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	3,095	1,193		2,594	,011		
kualitas_pelayanan	,163	,035	,488	4,704	,000	,262	3,814
kepercayaan_nasabah	,253	,066	,396	3,817	,000	,262	3,814

a. Dependent Variable: kepuasan\_nasabah

Sumber: Data primer diolah (2018)

Berdasarkan tabel 4.11 tidak terjadinya multikolinieritas, karena nilai Variance Inflasi Factor (VIF) tidak melebihi 5.

#### 4.6.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji hesteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan uji glejser.

**Tabel 4.12**  
**Uji Heteroskedastisitas**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2,878	,718		4,008	,000
kualitas_pelayanan	-,034	,021	-,316	-1,636	,105
kepercayaan_nasabah	,023	,040	,109	,564	,574

a. Dependent Variable: RES2

Sumber: Data primer diolah (2018)

Berdasarkan tabel 4.12 dapat dilihat bahwa nilai (Sig). kualitas pelayanan sebesar 0,105 dan nilai (Sig). variabel kepercayaan nasabah adalah 0,574. Untuk melihat terjadi heteroskedastisitas atau tidak, maka nilai (Sig). harus dibandingkan dengan 0,05 .

Maka, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas, karena nilai (Sig). variabel kualitas pelayanan dan kepercayaan nasabah lebih besar dari 0,05.

## 4.7 Analisis Korelasi Parsial

**Tabel 4.13**  
**Hasil Analisis Korelasi Parsial**

**Correlations**

		kualitas_ pelayanan	kepercayaan_ nasabah	kepuasan_ nasabah
kualitas_ pelayanan	Pearson Correlation	1	,859**	,828**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000
	N	100	100	100
kepercayaan_ nasabah	Pearson Correlation	,859**	1	,815**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000
	N	100	100	100
kepuasan_ nasabah	Pearson Correlation	,828**	,815**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	N	100	100	100

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

Sumber: Data primer diolah (2018)

Tabel 4.13 menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berhubungan positif dan signifikan dengan kepuasan nasabah dibuktikan dengan nilai signifikansinya  $0,000 < 0,05$ . variabel kepercayaan nasabah positif dan signifikan dengan kepuasan nasabah. Tingkat hubungan korelasi yang dimiliki antar variabel adalah sangat kuat.

## 4.8 Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah

**Tabel 4.14**  
**Hasil Regresi Linear Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3,095	1,193		2,594	,011
kualitas_pelayanan	,163	,035	,488	4,704	,000
kepercayaan_nasabah	,253	,066	,396	3,817	,000

a. Dependent Variable: kepuasan\_nasabah

Sumber: Data primer diolah (2018)

Adapun regresi linier berganda adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e \quad (4.1)$$

$$Y = 3,095 + 0,163 \text{ kualitas pelayanan} + 0,253 \text{ kepercayaan nasabah} + e$$

Berdasarkan tabel 4.14 terlihat bahwa konstanta (a) sebesar 3,095. Artinya apabila dengan asumsi bahwa nilai  $X_1$  dan  $X_2$  adalah 0 (nol) maka nilai  $Y$  akan sebesar 3,095. Variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) mempunyai pengaruh yang positif terhadap nilai kepuasan nasabah sebesar 0,163 jik  $X_1$  meningkat sebesar 1% maka nilai variabel  $Y$  akan sebesar 0,163. Sedangkan variabel kepercayaan nasabah ( $X_2$ ) juga mempunyai pengaruh yang positif terhadap nilai kepuasan nasabah sebesar 0,253 yang artinya jika  $X_2$  naik sebesar 1% maka nilai  $Y$  akan naik juga sebesar 0,253.

Untuk melihat apakah kualitas pelayanan dan kepercayaan nasabah sama-sama berpengaruh terhadap kepuasan nasabah atau tidak, maka peneliti menggunakan uji simultan (uji  $f$ ). Terdapat dua hipotesis dalam uji  $f$  yaitu:

- $H_0$ : tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan (bersama-sama) antara variabel kualitas pelayanan (*service quality*) dan kepercayaan nasabah terhadap kepuasan nasabah.
- $H_a$ : terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan (bersama-sama) antara variabel kualitas pelayanan (*service quality*) dan kepercayaan nasabah terhadap kepuasan nasabah.

**Tabel 4.15**  
**Hasil uji simultan (uji f)**

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	828,937	2	414,469	128,835	,000 <sup>a</sup>
Residual	312,053	97	3,217		
Total	1140,990	99			

a. Predictors: (Constant), kepercayaan\_nasabah, kualitas\_pelayanan

b. Dependent Variable: kepuasan\_nasabah

Sumber: Data primer diolah (2018)

Berdasarkan tabel 4.15 diketahui bahwa nilai f hitung adalah 128,835. Sedangkan f tabel ditentukan dengan melihat *alpha* ( $\alpha$ ) 0,05. Penelitian ini menggunakan taraf signifikansi 0,05 sedangkan derajat kebebasan (db) :

$$db_1 = m - 1 \quad (4.2)$$

$$db_2 = n - m$$

keterangan:

m= jumlah variabel

n= jumlah sampel

$$db_1 = 3 - 1 = 2$$

$$db_2 = 100 - 3 = 97$$

Berdasarkan derajat kebebasan dan signifikansi 0,05 maka nilai  $f$  tabel sebesar = 3,09. Hal ini menandakan  $f$  hitung  $>$   $f$  tabel, maka  $H_0$  ditolak,  $H_a$  diterima, yaitu:

$H_a$ : terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan (bersama-sama) antara variabel kualitas pelayanan (*service quality*) dan kepercayaan nasabah terhadap kepuasan nasabah.

#### 4.9 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah

**Tabel 4.16**  
**Hasil Regresi Linear Sederhana Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah**

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

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3,961	1,250		3,169	,002
kualitas_pelayanan	,277	,019	,828	14,613	,000

a. Dependent Variable: kepuasan\_nasabah  
Sumber: Data primer di olah (2018)

Berdasarkan tabel 4.16 terlihat bahwa konstanta (a) sebesar 3,961. Artinya apabila dengan asumsi bahwa nilai  $X_1$  adalah 0 (nol) maka nilai  $Y$  akan sebesar 3,961. Variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) mempunyai pengaruh yang positif terhadap nilai kepuasan nasabah sebesar 3,961 yang artinya jika  $X_1$  naik sebesar 1% maka nilai variabel  $Y$  akan naik juga sebesar 0,277.

Untuk melihat apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah maka peneliti menggunakan uji t (uji parsial).

**Tabel 4.17**  
**Hasil Uji t (Uji Parsial)**

Variabel	t hitung	t tabel	Nilai signifikansi variabel kualitas pelayanan	Nilai signifikansi ketetapan
Kualitas Pelayanan (X1)	14,613	1,98447	0,000	0,05

Sumber: Data primer diolah (2018)

Sehingga dapat disimpulkan bahwa  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$  yaitu  $14,613 > 1,98447$  dan signifikansinya adalah  $0,000 < 0,025$  artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima:

$H_a$ : terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial (individual) antara variabel kualitas pelayanan (*service quality*) terhadap kepuasan nasabah.

#### **4.10 Pengaruh Kepercayaan Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah**

**Tabel 4.18**  
**Hasil Regresi Linear Sederhana Pengaruh Kepercayaan Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah**

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4,966	1,240		4,004	,000
kepercayaan_nasabah	,521	,037	,815	13,920	,000

a. Dependent Variable: kepuasan\_nasabah

Sumber: Data primer di olah (2018)

Untuk melihat apakah kepercayaan nasabah berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah maka peneliti menggunakan uji t (uji parsial). Penelitian ini menggunakan hipotesis dua arah, oleh sebab itu nilai *alpha* ( $\alpha$ ) dibagi 2 sehingga  $\alpha = 0,025$ . Derajat kebebasan (db) :  $n-2 = 100-2=98$ . Maka didapatlah hasil t tabel sebesar 13,920.

**Tabel 4.19**  
**Uji t (Uji Parsial)**

Variabel	t hitung	t tabel	Nilai signifikansi variabel kualitas pelayanan	Nilai signifikansi ketetapan
Kepercayaan Nasabah (X2)	13,920	1,98447	0,000	0,05

Sumber: Data primer diolah (2018)

Sehingga dapat disimpulkan bahwa  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$  yaitu  $13,920 > 1,98447$  dengan  $0,000 < 0,05$  artinya maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima:

$H_{a2}$ : terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial (individual) antara variabel kepercayaan nasabah terhadap kepuasan nasabah.

#### **4.11 Koefisien Determinasi**

Untuk mengetahui seberapa besar persen pengaruh variabel kualitas pelayanan dan kepercayaan nasabah terhadap kepuasan nasabah, maka peneliti menggunakan koefisien determinasi. Berdasarkan tabel 4.20 hasil pengujian  $R^2$  (*R square*) sebesar 0,727, sehingga dapat disimpulkan bahwa besarnya pengaruh variabel kualitas pelayanan dan kepercayaan nasabah terhadap kepuasan nasabah adalah 72,7% sedangkan sisanya 27,3% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian.

**Tabel 4.20**  
**Hasil Pengujian Koefisien Determinasi**

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,852 <sup>a</sup>	,727	,721	1,79361

a. Predictors: (Constant), kepercayaan\_nasabah, kualitas\_pelayanan

Sumber: Data primer diolah (2018)

**Tabel 4.21**  
**Ringkasan Tabel Untuk Memperoleh Kontribusi**  
**Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Nasabah**  
**Terhadap Kepuasan Nasabah**

Variabel	Koefisien Regresi ( $\beta$ )	Koefisien Korelasi (r)	Sumbangan Efektif Total
Kualitas Pelayanan (X1)	0,488	0,828	0,727 atau 72,7%
Kepercayaan Nasabah (X2)	0,396	0,815	

Sumber: Data primer diolah (2018)

Selanjutnya, angket atau kuesioner dianalisis untuk melihat pilihan-pilihan jawaban responden terhadap setiap butir pernyataan pada variabel kualitas pelayanan (X1), kepercayaan nasabah (X2) dan Kepuasan Nasabah (Y) sehingga dapat diketahui berapa orang atau berapa persen responden yang menjawab sangat tidak setuju, tidak setuju, ragu-ragu, setuju dan sangat setuju.

## A. Kualitas Pelayanan (*Service Quality*)

### 1. Kepatuhan Syariah (*Syariah Compliance*)

**Tabel 4.22**  
**Bank Sudah Menerapkan Pelayanan Secara Islami**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat tidak setuju	1	1,0	1,0	1,0
tidak setuju	19	19,0	19,0	20,0
ragu-ragu	30	30,0	30,0	50,0
Setuju	38	38,0	38,0	88,0
sangat setuju	12	12,0	12,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Data primer diolah (2018)

Berdasarkan tabel 4.22 dapat diketahui bahwa 1 responden yang menyatakan sangat tidak setuju, 19 responden menyatakan tidak setuju, 30 menyatakan ragu-ragu, 38 responden menyatakan setuju, dan yang sangat setuju dinyatakan oleh 12 nasabah responden. Berdasarkan jumlah responden yang menyatakan setuju dan sangat setuju, maka dapat disimpulkan bahwa bank sudah menerapkan pelayanan secara islami dengan cukup baik. Sedangkan sisanya menjawab sangat tidak setuju, tidak setuju dan lainnya ragu-ragu, hal ini menandakan bahwa pelayanan secara islami harus ditingkatkan lagi, agar nasabah yakin bahwa bank benar-benar menerapkan pelayanan secara islami.

**Tabel 4.23**  
**Bank tidak menerapkan sistem bunga pada produk tabungan dan pinjaman**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	9	9,0	9,0	9,0
ragu-ragu	40	40,0	40,0	49,0
Setuju	43	43,0	43,0	92,0
sangat setuju	8	8,0	8,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Data primer diolah (2018)

Berdasarkan tabel 4.23, nasabah yang menjawab tidak setuju sebanyak 9 responden, ragu-ragu sebanyak 40 responden, setuju sebanyak 43 responden dan sangat setuju sebanyak 8 responden. Hal ini mengindikasikan bahwa dari segi pelayanan bank sudah tidak menerapkan sistem bunga pada produk tabungan dan pinjaman sudah cukup memuaskan, meskipun masih ada responden yang menjawab tidak setuju dan ragu-ragu, maka bank syariah harus meningkatkan kepatuhan syariah dengan memberikan pemahaman kepada nasabah agar nasabah yakin kualitas pelayanan yang diberikan oleh bank syariah bebas bunga atau riba.

**Tabel 4.24**  
**Nasabah puas menggunakan dana dari bank**  
**karena menggunakan sistem bagi hasil**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	2	2,0	2,0	2,0
ragu-ragu	25	25,0	25,0	27,0
Setuju	64	64,0	64,0	91,0
sangat setuju	9	9,0	9,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Data primer diolah (2018)

Berdasarkan tabel 4.24, nasabah yang menjawab tidak setuju sebanyak 2 responden, ragu-ragu sebanyak 25 responden, setuju sebanyak 64 responden dan sangat setuju sebanyak 9 responden. Hal ini mengindikasikan bahwa dari segi pelayanan dapat dikatakan nasabah ada yang puas dan belum puas dalam menggunakan dana dari bank syariah, hal ini ditandai dengan masih ada responden yang menjawab tidak setuju dan ragu-ragu.

## 2. Jaminan (*Assurance*)

**Tabel 4.25**  
**Karyawan bank syariah memiliki pengetahuan yang baik**  
**terhadap jenis layanan dan produk perbankan**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	6	6,0	6,0	6,0
ragu-ragu	29	29,0	29,0	35,0
Setuju	51	51,0	51,0	86,0
sangat setuju	14	14,0	14,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Data primer diolah (2018)

Berdasarkan tabel 4.25, nasabah yang menjawab tidak setuju sebanyak 6 responden, ragu-ragu sebanyak 29 responden, setuju sebanyak 51 responden dan sangat setuju sebanyak 14 responden. Hal ini mengindikasikan bahwa karyawan bank syariah memiliki pengetahuan yang cukup baik terhadap jenis layanan dan produk perbankan.

**Tabel 4.26**  
**Bank syariah menjamin keamanan nasabah dalam bertransaksi**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	6	6,0	6,0	6,0
ragu-ragu	27	27,0	27,0	33,0
Setuju	47	47,0	47,0	80,0
sangat setuju	20	20,0	20,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Data primer diolah (2018)

Berdasarkan tabel 4.26, nasabah yang menjawab tidak setuju sebanyak 6 responden, ragu-ragu sebanyak 27 responden, setuju sebanyak 47 responden dan sangat setuju sebanyak 20 responden. Hal ini mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan dari indikator jaminan yaitu bank syariah menjamin keamanan nasabah dalam bertransaksi cukup memuaskan.

**Tabel 4.27**  
**Karyawan bank syariah bersikap sopan kepada nasabah**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	7	7,0	7,0	7,0
ragu-ragu	27	27,0	27,0	34,0
Setuju	47	47,0	47,0	81,0
sangat setuju	19	19,0	19,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Data primer diolah (2018)

Berdasarkan tabel 4.27, nasabah yang menjawab tidak setuju sebanyak 7 responden, ragu-ragu sebanyak 27 responden, setuju sebanyak 47 responden dan sangat setuju sebanyak 19 responden. Hal ini mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan berdasarkan sikap karyawan kepada nasabah sudah cukup sopan, meskipun masih ada nasabah yang menjawab tidak setuju dan ragu-ragu, oleh karena itu diharapkan bank syariah dapat meningkatkan kualitas pelayanannya.

### 3. Keandalan (*Reliability*)

**Tabel 4.28**  
**Karyawan bersikap simpatik dalam menghadapi masalah atau komplain nasabah dalam hal transaksi perbankan**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	13	13,0	13,0	13,0
ragu-ragu	32	32,0	32,0	45,0
Setuju	40	40,0	40,0	85,0
sangat setuju	15	15,0	15,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Data primer diolah (2018)

Berdasarkan tabel 4.28, nasabah yang menjawab tidak setuju sebanyak 13 responden, ragu-ragu sebanyak 32 responden, setuju sebanyak 40 responden dan sangat setuju sebanyak 15 responden. Hal ini mengindikasikan bahwa karyawan bersikap simpatik dalam menghadapi masalah atau komplain nasabah dalam hal transaksi perbankan.

**Tabel 4.29**  
**Karyawan bank syariah melakukan pencatatan dengan teliti dalam setiap transaksi**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat tidak setuju	1	1,0	1,0	1,0
tidak setuju	9	9,0	9,0	10,0
ragu-ragu	31	31,0	31,0	41,0
Setuju	40	40,0	40,0	81,0
sangat setuju	19	19,0	19,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Data primer diolah (2018)

Berdasarkan tabel 4.29, nasabah yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 1 responden, tidak setuju sebanyak 9 responden, ragu-ragu sebanyak 31 responden, setuju sebanyak 40 responden dan sangat setuju sebanyak 19 responden. Hal ini mengindikasikan karyawan bank syariah melakukan pencatatan dengan teliti dalam setiap transaksi sudah cukup memuaskan yang dilihat dari penjumlahan setuju dan sangat setuju.

**Tabel 4.30**  
**Pelayanan transaksi sesuai dengan nomor antrian yang diambil**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	5	5,0	5,0	5,0
ragu-ragu	33	33,0	33,0	38,0
Setuju	46	46,0	46,0	84,0
sangat setuju	16	16,0	16,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Data primer diolah (2018)

Berdasarkan tabel 4.30, nasabah yang tidak setuju sebanyak 5 responden, ragu-ragu sebanyak 33 responden, setuju sebanyak 46 responden dan sangat setuju sebanyak 16 responden. Hal ini mengindikasikan bahwa pelayanan transaksi sesuai dengan nomor antrian yang diambil cukup memuaskan yang dilihat dari penjumlahan setuju dan sangat setuju.

#### 4. Bukti Fisik (*Tangibles*)

**Tabel 4.31**  
**Bank syariah memiliki ruang tunggu yang nyaman**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	6	6,0	6,0	6,0
ragu-ragu	28	28,0	28,0	34,0
Setuju	46	46,0	46,0	80,0
sangat setuju	20	20,0	20,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Data primer diolah (2018)

Berdasarkan tabel 4.31, nasabah yang tidak setuju sebanyak 6 responden, ragu-ragu sebanyak 28 responden, setuju sebanyak 46 responden dan sangat setuju sebanyak 20 responden. Hal ini

mengindikasikan bahwa bank syariah memiliki ruang tunggu yang nyaman, dibuktikan dengan jumlah sangat setuju dan setuju, walaupun masih ada nasabah yang menganggap ruang tunggu yang disediakan oleh bank syariah belum nyaman karena masih ada responden yang memilih menjawab tidak setuju dan ragu-ragu.

**Tabel 4.32**

**Bank syariah memiliki area parkir yang memadai**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	12	12,0	12,0	12,0
ragu-ragu	40	40,0	40,0	52,0
Setuju	38	38,0	38,0	90,0
sangat setuju	10	10,0	10,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Data primer diolah (2018)

Berdasarkan tabel 4.32, nasabah yang tidak setuju sebanyak 12 responden, ragu-ragu sebanyak 40 responden, setuju sebanyak 38 responden dan sangat setuju sebanyak 10 responden. Sehingga, jumlah responden yang menjawab tidak setuju dan ragu-ragu 52% lebih banyak daripada responden yang menjawab setuju dan sangat setuju 48%. Hal ini mengindikasikan bahwa bank syariah masih harus memperbaiki kualitas pelayanan dari segi menyediakan area parkir yang luas dan memadai.

**Tabel 4.33**  
**Tersedia slip (formulir) yang disertai dengan contoh pengisiannya**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat tidak setuju	1	1,0	1,0	1,0
tidak setuju	9	9,0	9,0	10,0
ragu-ragu	32	32,0	32,0	42,0
Setuju	43	43,0	43,0	85,0
sangat setuju	15	15,0	15,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber:Data primer diolah (2018)

Berdasarkan tabel 4.33, responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 1 orang, responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 9 orang, ragu-ragu sebanyak 32 responden, setuju sebanyak 43 responden dan sangat setuju sebanyak 15 responden. Sehingga, jumlah responden yang menjawab sangat tidak setuju,tidak setuju dan ragu-ragu 42% lebih sedikit daripada responden yang menjawab setuju dan sangat setuju 48%. Hal ini mengindikasikan kualitas pelayanan dari bukti fisik tersedianya slip (formulir) yang disertai contoh pengisiannya sudah cukup memuaskan, karena jumlah responden yang menjawab setuju dan sangat setuju lebih banyak daripada yang menjawab sangat tidak setuju dan tidak setuju. Akan tetapi, responden yang menjawab sangat tidak setuju dan tidak setuju juga banyak (42 responden) sehingga bank juga harus memperbaiki kualitas pelayanan dengan cara menyediakan slip beserta contoh pengisiannya, agar nasabah langsung bisa mengambil slip (formulir) dan contoh pengisiannya

ketika mereka butuh, tanpa harus menunggu karena stok slip habis dan lain sebagainya.

### 5. Kepedulian (*Emphaty*)

**Tabel 4.34**

**Layanan ATM sudah memuaskan untuk transaksi perbankan nasabah**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	12	12,0	12,0	12,0
ragu-ragu	27	27,0	27,0	39,0
Setuju	50	50,0	50,0	89,0
sangat setuju	11	11,0	11,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Data primer diolah (2018)

Berdasarkan tabel 4.34, nasabah yang tidak setuju sebanyak 12 responden, ragu-ragu sebanyak 27 responden, setuju sebanyak 50 responden dan sangat setuju sebanyak 11 responden. Sehingga, jumlah responden yang menjawab tidak setuju dan ragu-ragu 39 responden lebih sedikit daripada responden yang menjawab setuju dan sangat setuju sebanyak 61 responden. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian responden puas atas layanan atm yang disediakan oleh bank syariah. Akan tetapi, bank syariah harus meningkatkan layanan dibidang ATM karena masih ada responden yang menjawab tidak setuju dan ragu-ragu, sehingga nantinya layanan ATM dapat memuaskan banyak nasabah.

**Tabel 4.35**  
**Bank syariah memiliki jam pelayanan yang sesuai dengan**  
**kebutuhan nasabah**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat tidak setuju	1	1,0	1,0	1,0
tidak setuju	9	9,0	9,0	10,0
ragu-ragu	33	33,0	33,0	43,0
Setuju	47	47,0	47,0	90,0
sangat setuju	10	10,0	10,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Data primer diolah (2018)

Berdasarkan tabel 4.35 dapat disimpulkan bahwa bank syariah sudah memiliki jam pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan nasabah, maksudnya ketika ada nasabah yang ingin melakukan transaksi di bank syariah pada pagi hari, bank syariah sudah dibuka dan para karyawan khususnya frontliner (*satpam*, *customer service* dan *teller*) sudah siap untuk menyambut nasabah yang ingin melakukan transaksi perbankan. Tetapi, dari pernyataan tersebut, masih ada nasabah yang memilih sangat tidak setuju, tidak setuju dan ragu-ragu berjumlah 43. Artinya, bank syariah harus meningkatkan jam pelayanannya, sehingga nasabah bisa langsung datang dan melakukan transaksi di bank syariah kapan saja, asalkan sesuai dengan jam operasional bank syariah tersebut.

**Tabel 4.36**  
**Pegawai bank syariah selalu memberikan salam ketika selesai melayani transaksi nasabah**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	18	18,0	18,0	18,0
ragu-ragu	33	33,0	33,0	51,0
Setuju	41	41,0	41,0	92,0
sangat setuju	8	8,0	8,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Data primer diolah (2018)

Berdasarkan, tabel 4.36 dapat disimpulkan bahwa menurut sebagian nasabah yang menjadi responden bank syariah selalu memberikan salam ketika selesai melayani transaksi nasabah, hal ini dapat diketahui dari jumlah responden yang memilih jawaban setuju dan sangat setuju sebesar 49 responden, jumlah ini lebih sedikit dari pada yang menjawab tidak setuju dan ragu-ragu berjumlah 52 responden. Hal ini, mengindikasikan bahwa pegawai bank syariah khususnya para *frontliner* (satpam, *customer service* dan *teller*) diharapkan dapat memberikan salam ketika selesai melayani nasabah, seperti “terimakasih, *assalamu’alaikum*”.

## 6. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

**Tabel 4.37**

**Bank syariah dalam memberikan pelayanan kepada nasabah tidak memandang status sosial**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat tidak setuju	1	1,0	1,0	1,0
tidak setuju	12	12,0	12,0	13,0
ragu-ragu	29	29,0	29,0	42,0
Setuju	41	41,0	41,0	83,0
sangat setuju	17	17,0	17,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Data primer diolah (2018)

Berdasarkan tabel 4.37, meskipun banyak yang memilih jawaban setuju dan sangat setuju yang berjumlah 58, hal ini juga diiringi oleh banyaknya jumlah pilihan jawaban responden yang memilih sangat tidak setuju, tidak setuju dan ragu-ragu sebanyak 32 responden. Sehingga, kualitas pelayanan bank syariah harus ditingkatkan dan pelayanan yang diberikan pegawai bank syariah kepada nasabah harus sama dan tidak membeda-bedakan status sosial nasabahnya.

**Tabel 4.38**

**Karyawan tanggap dalam memenuhi kebutuhan nasabah dalam bertransaksi**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	4	4,0	4,0	4,0
ragu-ragu	36	36,0	36,0	40,0
Setuju	50	50,0	50,0	90,0
sangat setuju	10	10,0	10,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Data primer diolah (2018)

Berdasarkan tabel 4.38, dapat diketahui bahwa responden yang memilih jawaban tidak setuju dan ragu-ragu 40 responden, lebih sedikit daripada jumlah responden yang memilih jawaban setuju dan sangat setuju berjumlah 60 responden. Hal ini mengindikasikan karyawan bank syariah udah tanggap dalam memenuhi kebutuhan nasabah dalam bertransaksi. Akan tetapi, masih ada juga responden yang memilih jawaban tidak setuju dan ragu-ragu, yang artinya bank syariah harus lebih meningkatkan kualitas pelayanannya, bank harus tanggap dalam memenuhi kebutuhan transaksi nasabahnya, sehingga nasabah tidak ada yang dikecewakan.

**Tabel 4.39**  
***Customer Service* bank syariah memberikan informasi yang dibutuhkan nasabah dengan jelas**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat tidak setuju	2	2,0	2,0	2,0
tidak setuju	21	21,0	21,0	23,0
ragu-ragu	25	25,0	25,0	48,0
Setuju	32	32,0	32,0	80,0
sangat setuju	20	20,0	20,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Data primer diolah (2018)

Berdasarkan tabel 4.39, jumlah responden yang memilih jawaban sangat tidak setuju, tidak setuju dan ragu-ragu berjumlah 48 responden, sedangkan jumlah responden yang memilih jawaban setuju dan sangat setuju berjumlah 52 responden, ini menandakan bahwa *Customer Service* sudah memberikan informasi yang dibutuhkan nasabah dengan jelas. Akan tetapi, perlu adanya

peningkatan kualitas pelayanan di bagian *customer service* ketika melayani nasabah yang membutuhkan suatu informasi, karena mengingat masih ada nasabah yang menjawab kuesioner dengan jawaban sangat tidak setuju, tidak setuju dan ragu-ragu.

### A. Variabel Kepercayaan Nasabah

#### 1. Kemampuan (*Ability*)

**Tabel 4.40**

**Karyawan bank syariah memberikan pelayanan yang cepat tanpa membuat nasabah menunggu lama**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	11	11,0	11,0	11,0
ragu-ragu	38	38,0	38,0	49,0
Setuju	40	40,0	40,0	89,0
sangat setuju	11	11,0	11,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Data primer diolah (2018)

Berdasarkan tabel 4.40, responden yang menjawab setuju dan sangat setuju sebanyak 51 responden, sedangkan responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 11 responden dan ragu-ragu sebanyak 38 responden. Hal ini mengindikasikan bahwa bank syariah diharapkan mampu meningkatkan kepercayaan nasabah dengan memberikan pelayanan yang cepat tanpa membuat nasabah menunggu lama.

**Tabel 4.41**  
**Bank syariah memiliki kemampuan untuk menyediakan**  
**produk atau jasa yang berkualitas**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat tidak setuju	1	1,0	1,0	1,0
tidak setuju	3	3,0	3,0	4,0
ragu-ragu	31	31,0	31,0	35,0
Setuju	51	51,0	51,0	86,0
sangat setuju	14	14,0	14,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Data primer diolah (2018)

Berdasarkan tabel 4.41, responden yang menjawab setuju dan sangat setuju berjumlah 65 responden. Hal ini membuktikan bahwa menurut 65 responden ini, bank syariah memiliki kemampuan untuk menyediakan produk atau jasa yang berkualitas, sedangkan responden yang menjawab sangat tidak setuju berjumlah 1 orang, tidak setuju 3 orang dan ragu-ragu 31 orang. Maka dari itu, bank syariah harus meningkatkan kemampuannya dalam menyediakan produk atau jasa yang berkualitas, sehingga tidak ada nasabah yang tidak setuju ataupun ragu terhadap bank syariah, karena bank syariah dapat memperoleh kepercayaan nasabah.

**Tabel 4.42**  
**Bank syariah mampu menjaga kepercayaan nasabah dalam menggunakan produk atau layanan**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	7	7,0	7,0	7,0
ragu-ragu	24	24,0	24,0	31,0
Setuju	46	46,0	46,0	77,0
sangat setuju	23	23,0	23,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Data primer diolah (2018)

Berdasarkan tabel 4.42 dinyatakan bahwa jumlah responden yang menjawab setuju dan sangat setuju berjumlah 69 responden, artinya sebanyak 69 orang responden menyatakan bahwa bank syariah sudah mampu menjaga kepercayaan nasabah dalam menggunakan produk atau layanan perbankan.

## 2. Kebaikan Hati (*Benevolence*)

**Tabel 4.43**  
**Karyawan bank syariah mengutamakan kepentingan nasabah ketika bertransaksi**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	6	6,0	6,0	6,0
ragu-ragu	28	28,0	28,0	34,0
Setuju	51	51,0	51,0	85,0
sangat setuju	15	15,0	15,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Data primer diolah (2018)

Berdasarkan tabel 4.43 dinyatakan bahwa jumlah responden yang menjawab setuju dan sangat setuju berjumlah 66 responden, artinya sebanyak 66 orang responden percaya bahwa bank mengutamakan kepentingan nasabah ketika melakukan transaksi

perbankan, sedangkan sisanya 6 responden menyatakan tidak setuju dan 28 responden menyatakan ragu-ragu, artinya perlu peningkatan kualitas pelayanan supaya nasabah percaya dan yakin bahwa ketika melakukan transaksi, maka kepentingan mereka sebagai nasabah akan diutamakan.

**Tabel 4.44**  
**Satpam memberikan sambutan dengan baik kepada nasabah yang datang**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	6	6,0	6,0	6,0
ragu-ragu	36	36,0	36,0	42,0
Setuju	38	38,0	38,0	80,0
sangat setuju	20	20,0	20,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Data primer diolah (2018)

Berdasarkan tabel 4.44 dinyatakan bahwa 38 responden yang memilih jawaban setuju dan 20 responden memilih sangat setuju, jumlah ini lebih banyak apabila dibandingkan dengan responden yang menjawab tidak setuju ataupun ragu-ragu. Dilihat dari jumlah jawaban setuju dan sangat setuju artinya satpam sudah menyambut nasabah dengan baik, hanya saja ada responden yang merasa bahwa satpam belum memberikan sambutan yang baik kepada nasabah ketika mereka datang ke bank syariah. Oleh karena itu, diharapkan satpam dapat memberikan pelayanan kepada nasabah, sehingga nasabah akan percaya untuk melakukan transaksi di bank syariah, karena melihat *benevolence* dari satpam.

**Tabel 4.45**  
**Bank syariah memberikan tenggang waktu kepada nasabah yang masih memiliki tanggungan pinjaman**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat tidak setuju	1	1,0	1,0	1,0
tidak setuju	8	8,0	8,0	9,0
ragu-ragu	37	37,0	37,0	46,0
Setuju	45	45,0	45,0	91,0
sangat setuju	9	9,0	9,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Data primer diolah (2018)

Berdasarkan tabel 4.45, dinyatakan bahwa 45 memilih jawaban setuju, 9 responden memilih sangat setuju, 1 orang responden memilih sangat tidak setuju, 8 responden tidak setuju dan ragu-ragu berjumlah 37 responden. Kepercayaan nasabah perlu ditingkatkan lagi, mengenai tenggang waktu atau batas pelunasan yang diberikan oleh bank syariah kepada nasabah yang memiliki pinjaman, agar nasabah percaya adanya *benevolence* yang diberikan oleh bank.

### 3. Integritas (*Integrity*)

**Tabel 4.46**  
**Produk yang ditawarkan bank syariah sangat beragam sesuai dengan iklan**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat tidak setuju	1	1,0	1,0	1,0
tidak setuju	14	14,0	14,0	15,0
ragu-ragu	33	33,0	33,0	48,0
Setuju	46	46,0	46,0	94,0
sangat setuju	6	6,0	6,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Data primer diolah (2018)

Berdasarkan tabel 4.46, responden yang menjawab setuju ada 46 responden, sangat setuju sebanyak 6 orang. Sehingga, nasabah yang percaya bahwa bank syariah menawarkan produk yang sangat beragam sesuai dengan iklan sebanyak 52 orang. Sedangkan sisanya masih belum percaya dan ragu-ragu bahwa produk yang ditawarkan oleh bank syariah beragam sesuai dengan iklan.

**Tabel 4.47**  
**Karyawan bank syariah menunjukkan bukti transaksi kepada nasabah**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat tidak setuju	1	1,0	1,0	1,0
tidak setuju	8	8,0	8,0	9,0
ragu-ragu	33	33,0	33,0	42,0
Setuju	40	40,0	40,0	82,0
sangat setuju	18	18,0	18,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Data primer diolah (2018)

Berdasarkan tabel 4.47, responden yang menjawab sangat tidak setuju berjumlah 1 orang, tidak setuju berjumlah 8 orang dan ragu-ragu berjumlah 33 orang, setuju 40 orang dan sangat setuju berjumlah 18 orang responden. Oleh karena itu integritas bank syariah harus ditingkatkan dengan cara menunjukkan bukti transaksi kepada nasabah.

**Tabel 4.48**  
**Bank syariah memiliki gerai ATM yang mudah dijangkau oleh nasabah**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat tidak setuju	2	2,0	2,0	2,0
tidak setuju	12	12,0	12,0	14,0
ragu-ragu	34	34,0	34,0	48,0
Setuju	37	37,0	37,0	85,0
sangat setuju	15	15,0	15,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Data primer diolah (2018)

Berdasarkan tabel 4.48, responden yang menjawab sangat tidak setuju berjumlah 2 orang, tidak setuju berjumlah 12 orang, ragu-ragu berjumlah 34 orang, setuju berjumlah 37 orang dan sangat setuju berjumlah 15 orang. Hal ini mengindikasikan bahwa perlu adanya penambahan gerai ATM, supaya nasabah tidak kesusahan dalam mencari ATM untuk melakukan transaksi.

## B. Kepuasan Nasabah

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

**Tabel 4.49**  
**Nasabah puas terhadap pelayanan di bank syariah**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	10	10,0	10,0	10,0
ragu-ragu	36	36,0	36,0	46,0
Setuju	37	37,0	37,0	83,0
sangat setuju	17	17,0	17,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Data primer diolah (2018)

Berdasarkan tabel 4.49, dapat disimpulkan bahwa yang menjawab tidak setuju sebanyak 10 orang responden, ragu-ragu sebanyak 36 responden, setuju sebanyak 37 responden dan sangat setuju sebanyak 17 responden. Oleh karena itu, dapat dijelaskan bahwa kepuasan nasabah yang dirasakan oleh nasabah yang satu dengan yang lain berbeda.

### 2. Dimensi Kualitas Pelayanan

**Tabel 4.50**  
**Kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan bank syariah sangat baik**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	3	3,0	3,0	3,0
ragu-ragu	35	35,0	35,0	38,0
Setuju	50	50,0	50,0	88,0
sangat setuju	12	12,0	12,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Data primer diolah (2018)

Berdasarkan tabel 4.50 kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan bank syariah kepada nasabah yang melakukan transaksi di bank cukup memuaskan, jumlah responden yang menjawab setuju sebanyak 50 orang dan sangat setuju sebanyak 12 orang.

### 3. Konfirmasi harapan (*Confirmation of Expectation*)

**Tabel 4.51**

**Pelayanan yang diberikan pegawai bank syariah sesuai dengan harapan**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	5	5,0	5,0	5,0
ragu-ragu	35	35,0	35,0	40,0
Setuju	51	51,0	51,0	91,0
sangat setuju	9	9,0	9,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Data primer diolah (2018)

Berdasarkan tabel 4.51, disimpulkan bahwa responden yang menjawab bahwa pelayanan yang diberikan pegawai bank syariah sudah sesuai dengan harapan adalah sebanyak 60 yaitu 51 sangat setuju, 9 orang setuju, 5 orang tidak setuju dan 35 orang ragu-ragu.

#### 4. Niat Beli Ulang (*Repurchase Intention*)

**Tabel 4.52**

**Fasilitas yang ada di bank syariah sangat lengkap sehingga nasabah akan menggunakan jasa bank kembali**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	6	6,0	6,0	6,0
ragu-ragu	36	36,0	36,0	42,0
Setuju	48	48,0	48,0	90,0
sangat setuju	10	10,0	10,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Data primer diolah (2018)

Berdasarkan tabel 4.52 responden yang akan menggunakan jasa bank syariah kembali di lain waktu adalah responden yang memilih jawaban setuju sebanyak 48 orang dan sangat setuju sebanyak 10 orang. Hal ini berbanding terbalik dengan responden yang memilih jawaban ragu-ragu sebanyak 36 orang responden dan tidak setuju sebanyak 6 orang responden.

## 5. Kesiediaan untuk merekomendasi (Willingness to Recommend)

**Tabel 4.53**  
Nasabah bersedia untuk merekomendasikan bank syariah pada orang lain

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	9	9,0	9,0	9,0
ragu-ragu	39	39,0	39,0	48,0
Setuju	41	41,0	41,0	89,0
sangat setuju	11	11,0	11,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Data primer diolah (2018)

Berdasarkan tabel 4.53 responden yang akan merekomendasikan bank syariah kepada orang lain adalah responden yang memilih jawaban setuju sebanyak 41 orang dan sangat setuju sebanyak 11 orang. Hal ini berbanding terbalik dengan responden yang memilih jawaban ragu-ragu sebanyak 39 orang responden dan tidak setuju sebanyak 9 orang responden.

## 6. Ketidakpuasan Nasabah

**Tabel 4.54**  
Bank syariah menyediakan sarana untuk melakukan keluhan (komplain) seperti adanya *customer service*, *call center* dan kotak saran

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	4	4,0	4,0	4,0
ragu-ragu	26	26,0	26,0	30,0
Setuju	47	47,0	47,0	77,0
sangat setuju	23	23,0	23,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Data primer diolah (2018)

Berdasarkan tabel 4.54, responden yang memilih jawaban setuju sebanyak 47 orang dan sangat setuju sebanyak 23 orang. Sedangkan yang menjawab tidak setuju sebanyak 4 orang dan ragu-ragu sebanyak 26 orang responden. Akan tetapi kepuasan nasabah perlu ditingkatkan lagi karena masih ada nasabah yang menjawab tidak setuju dan ragu-ragu, caranya dengan menyediakan kotak saran di dekat pintu serta pulpen dan kertas supaya nasabah dapat menulis saran atau komentarnya ke bank syariah tersebut, tujuannya agar bank syariah melakukan perbaikan terhadap kinerjanya.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil yang telah diperoleh dari hasil analisis yang telah dilakukan baik secara deskriptif maupun statistik dengan bantuan program SPSS versi 25, didapatkan hasil sebagai berikut:

1. Variabel kualitas pelayanan dan kepercayaan nasabah secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dibuktikan dengan nilai  $f$  hitung lebih besar dari  $f$  tabel yaitu  $128,835 > 3,09$ .
2. Variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dibuktikan dengan nilai  $t$  hitung lebih besar dari  $t$  tabel yaitu  $14,613 > 1,98447$ .
3. Variabel kepercayaan nasabah berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dibuktikan dengan nilai  $t$  hitung lebih besar dari  $t$  tabel yaitu  $13,920 > 1,98447$ .

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian ini, peneliti ingin memberikan saran kepada pihak terkait, sebagai berikut:

1. Dari segi kualitas pelayanan, bank syariah diharapkan dapat memberikan pelayanan secara maksimal kepada nasabah, agar kepuasan nasabah dapat tercapai.
2. Bagi peneliti selanjutnya, agar dapat memperluas cakupan lokasi penelitian untuk memperkuat penelitian yang dilakukan serta melakukan metode penelitian yang lain.

## DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Departemen Agama Republik Indonesia. Jakarta: PT. Insan Media Pustaka.
- Al Arif, Muhammad Nur Rianto. (2010). *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- . (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, Suharsimi. (2002). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Artana, Ramadhanta Surya. (2016). *Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan dan Kepercayaan Nasabah Sebagai Variabel Intervening di PD Bank Jogja Yogyakarta*. Skripsi. Yogyakarta : Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Bastiar, Agus. (2012). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Nasabah Bank (Studi Kasus Pada Nasabah BRI Unit Pangandaran Banjar)*. Skripsi. Yogyakarta : Universitas Negeri Yogyakarta.
- Basyari, Asyhar. (2013). *Hubungan Antara Minat Dan Prestasi Belajar Sejarah Dengan Kesadaran Sejarah Siswa MAN Yogyakarta III*. Skripsi. Yogyakarta : Universitas Negeri Yogyakarta.

- Bell, Chip R dan Bilijack R. Bell. (2004). *Magnetic Service 7 Rahasia Menciptakan Pelanggan Setia*. Bandung: Kaifa PT Mizan Pustaka.
- Bungin, Muhammad Burhan. (2005). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Cahyani, Putri Dwi. (2016). Tingkat Kepuasan Nasabah terhadap Kualitas Layanan Perbankan Syariah di Yogyakarta. University Muhammadiyah Purwokerto. (*Jurnal Bisnis dan Manajemen, Vol. 6, No. 2, 151-162*).
- Chatra, Emeraldy dan Rulli Nasrullah. (2008). *Public Relations Strategi Kehumasan Dalam Menghadapi Krisis*. Bandung: PT Salamadani Pustaka Semesta.
- Diza, Farah, Silcyljeova Moniharapon, dan Imelda W. J Ogi. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada PT. Fifgroup Cabang Manado). (*Jurnal EMBA, Vol. 4, No. 1, 109-119*).
- Ellena, Frieda. (2011). *Analisis Pengaruh Kepercayaan, Komitmen, Komunikasi dan Penanganan Keluhan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada Nasabah PT. BRI (Persero) Tbk. Cabang Pemalang)*. Skripsi. Semarang : Universitas Diponegoro.

- Fajri, Em Zul, dan Ratu Aprilia Senja. (2008). *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*. Semarang: Difa Publishers.
- A.Wahid, Nazaruddin . (2013). *Panduan Penulisan Skripsi*, Banda Aceh: Fakultas syariah dan Ekonomi Islam UIN Ar-Raniry.
- Febriana, Nina Indah. (2016). Analisis Kualitas Pelayanan Bank Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Tulungagung. (*AN-NISBAH, Vol. 03, No. 1, 145-168*).
- Ferrinadewi, Erna. (2008). *Merek & Psikolgi Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Guspul, Ahmad. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Nasabah Kospin Jasa Cabang Wonosobo). (*Jurnal PPKM UNSIQ I, 40-54*).
- Hab, Nining Lutfiah. (2014). *Manajemen Pelayanan Berbasis SOP (Standar Operasional Prosedur) Pada Bank BNI Syariah Cabang Tangerang*. Skripsi. Jakarta : UIN Syarif Hidayatullah.
- Hadiwidjaja, Rini Dwiyani dan Lely Fera Triani. (2009). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Dividend Payout Ratio Pada

- Perusahaan Manufaktur di Indonesia. Universitas Terbuka. (*Jurnal Organisasi Manajemen, Vol. 5, No. 2, 49-54*).
- Handayani, Yuli. (2015). *Pengaruh Transparansi dan Akuntabilitas Terhadap Pengelolaan Keuangan Partai Politik (Studi pada 9 Partai Politik di Kota Bandung)*. Skripsi. Bandung : Universitas Pasundan.
- Hasan, Iqbal. (2009). *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hermansyah. (2013). *Hukum Perbankan Nasional Indonesia*. Edisi 2. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Husein, Umar. (2009). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Husnah, Arini Mar'atul. (2015). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Aksesibilitas Terhadap Kepuasan Nasabah (Survei Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Kudus)*. Skripsi Thesis. Yogyakarta : Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
- Ikhwan, Afiful. (2016). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BNI Syari'ah Cabang Palembang*.
- Indrawan, Rully dan Poppy Yaniawati. (2016). *Metodologi Penelitian*. Bandung: Refika Aditama.
- Kamaluddin, Laode. (2007). *Rahasia Bisnis Rasulullah: 12 Rahasia Besar Kepemimpinan Rasulullah Dalam*

*Membangun Megabisnis yang Selalu Untung Sepanjang Sejarah*. Semarang: Wisataruhani Pesantren Basmala.

Kasmir. (2000). *Manajemen Perbankan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

———. (2004). *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana.

———. (2006). *Etika Customer Service*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Khatimah, Husnul. (2011). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Studi Pada Nasabah BRI Cabang Semarang Pattimura*. Skripsi. Semarang : Universitas Diponegoro.

Khatimah, Husnul. dan, Mudji Rahardjo. (2014). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Studi Pada Nasabah BRI Cabang Semarang Pattimura. (Universitas Diponegoro, 1-25)

Khusnul Khotimah. (2013). Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Menabung Pada Kantor Cabang Utama PT. Bank Pembangunan Daerah Papua Di Jayapura. (*Jurnal FuturE*, Vol. 1, No. 1, 2013, 42-51).

Koestanto, Tri Hari dan Tri Yuniati. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bank Jatim Cabang Klampis Surabaya. (*Jurnal Ilmu & Riset Manajemen*, Vol. 3, No. 10, 1-18).

- Kotler, Philip. (1997). *Manajemen Pemasaran: Analisis Perencanaan Implementasi dan Kontrol*. Jilid I dan Jilid II. Jakarta: PT. Prenhalindo.
- (2000). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium. Jakarta: Prehallindo.
- Kurniawan, Joni Fadli. (2014). *Analisis Kepuasan Nasabah Tentang Layanan PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk. Kantor Cabang Kotabumi Lampung Utara*. Skripsi. Bandar Lampung : Universitas Lampung.
- Kriyantono, Rachmat. (2008). *Public Relations Writing*. Jakarta: Kencana.
- Lubis, Vindie Riztya. (2011). *Evaluasi Dan Perancangan Perbaikan Kualitas Sistem Pelayanan Nasabah Pada Unit Customer Service PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Medan dengan Menggunakan Metode Servqual (Service Quality)*. Tesis. Medan. Universitas Sumatera Utara.
- Madona, Fitri. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang 16 Ilir Palembang*. Tugas Akhir. Palembang : UIN Raden Fatah Palembang.
- Mason, Robert Deward dan Douglas A Lind. (1996). *Teknik Statistika untuk Bisnis & Ekonomi Edisi Kesembilan*. Jilid 1. Penerjemah: Ellen Gunawan Sitompul, Uka Wikarya, Anton Hendranata. Jakarta: Erlangga.
- Morrison. (2012). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Kencana.

- Muhammad. (2008). *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Narbuko, Cholid dan Abu Achmadi. (2013). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Nasution. (1996). *Metode Research (Pendekatan Ilmiah)*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nasution, Reza Ashari dan Angela Saskia Widjajanto. (2007). Proses Pembentukan Kepercayaan Konsumen: Studi Kasus Pada Sebuah Usaha Kecil Menengah Percetakan Digital di Bandung. (*Jurnal Manajemen Teknologi, Vol. 6, No. 2, 95-114*).
- Nurfitri, Ifani. (2016). *Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada Bank Muamalat Indonesia KCP Kuningan)*. Skripsi. Cirebon : Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon.
- Pardanawati, Sri Laksmi. (2014). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. BPR Syariah Dana Mulia Surakarta*. Tesis. Surakarta : Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Permata, Rizki Citra. (2017). *Pengaruh Kepercayaan Dan Komitmen Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Di PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Kantor Cabang Syariah Palembang*. Tugas Akhir. Palembang : UIN Raden Fatah Palembang.

- Poerwadarminta, Wilfridus Josephus Sabarija (2005). *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Pontoh, Michael B., Lotje Kawet dan Willem A. Tumbuan. (2014). Kualitas Layanan, Citra Perusahaan dan Kepercayaan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI Cabang Manado. Universitas Sam Ratulangi. (*Jurnal EMBA. Vo.2, No. 3, 285-297*).
- Pramana, I Gede Yogi dan Ni Made Rastini. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Nasabah dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri Cabang Veteran Denpasar Bali. Universitas Udayana. (*E- Jurnal Manajemen Unud. Vol. 5, No.1, 706-733*).
- Pratiwi, Ni Putu Lenny dan Ni Ketut Seminari. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah. (*E-Jurnal Manajemen Unud. Vol. 4, No. 5. 2015, 1422-1433*).
- Priadana, Mohammad Sidik dan Saludin Lubis. (2009). *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Rafidah, (2014). Kualitas Pelayanan Islami Pada Perbankan Syariah. (*NALAR FIQIH. Vol. 10, No. 2, 113-126*).
- Rajab, Badi'u. 2008. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank DKI Syari'ah*. Skripsi. Jakarta : UIN Syarif Hidayatullah.
- Rembani, Astried Cahya. (2014). *Pengaruh Nilai Perusahaan, Kinerja Perusahaan, Dan Kesempatan Bertumbuh*

- Perusahaan Terhadap Return Saham (Studi Empiris Pada Perusahaan Property Dan Real Estate Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia). Skripsi. Bandung : Universitas Pasundan.*
- Rofiq, Ainur. (2007). *Pengaruh Dimensi Kepercayaan (Trust) Terhadap Partisipasi Pelanggan E-Commerce (Studi Pada Pelanggan E-Commerce Di Indonesia). Tesis. Malang : Universitas Brawijaya.*
- Ropinov, Saputro. 2010. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Studi Pada PT. Nusantara Sakti Demak. Skripsi. Semarang : Universitas Diponegoro.*
- Rumengan, Jemmy. (2013). *Statistik Penelitian. Bandung: Citapustaka Media Perintis.*
- Salim, Peter dan Yani Salim. (1991). *Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer. Jakarta: Graha Persada.*
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. (2014). *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis. Yogyakarta: Andi.*
- Saputro, Danang Adi, M. Hufron dan Afi Rahmat Slamet. (2017). *Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan Pelanggan dan Switching Barriers Terhadap Loyalitas Pelanggan Studi Kasus Pada Toko Ogan Malang. (E-Jurnal Riset Manajemen. [www.fe.unisma.ac.id](http://www.fe.unisma.ac.id) (email: [e.jrm.feunisma@gmail.com](mailto:e.jrm.feunisma@gmail.com), 151-165).*

- Semuel, Hatane. (2012). *Customer Relationship Marketing Pengaruhnya Terhadap Kepercayaan dan Loyalitas Perbankan Nasional*. Universitas Kristem Petra Surabaya. (*Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol. 7, No. 1, 33-41*).
- Setiawan, Mulyo Budi, dan Ukudi. (2007). *Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Komitmen Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada PD. BPR Pasar Kendal)*. Universitas Stikubank. (*Jurnal Bisnis dan Ekonomi. Vol. 14, No.2, 215-227*).
- Setiyaningsih, Dewi Nur dan Koeshatono. (2014). *Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Biaya Berpindah Sebagai Variabel Mediasi*. (*Jurnal. Universitas Atma Jaya Yogyakarta, 1-14*)
- Setyawan, Bagus Dwi. (2013). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening*. Skripsi. Semarang : Universitas Negeri Semarang.
- Sinn, Abu dan Ahmad Ibrahim. (2008). *Manajemen Syariah: Sebuah Kajian Historis dan Kontemporer*. Edisi 1. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Siregar, Syofian. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Edisi Pertama. Jakarta: Kencana.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sulaiman, Wahid. (2002). *Jalan Pintas Menguasai SPSS 10*. Yogyakarta: Andi.
- Suliyanto. (2006). *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta: Andi.
- \_\_\_\_\_. (2009). *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta: Andi.
- Suryani. (2014). Analisis Faktor Kualitas Pelayanan di Bank Syariah. (*Al-Iqtisha*, Vol. 5, No. 2, 239-250).
- Susanti, Yuliana Ari. (2011). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pengguna Jasa Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Salatiga. Skripsi. Salatiga : IAIN Salatiga.
- Susanti, Vivi dan Cholichul Hadi. (2013). Kepercayaan Konsumen dalam Melakukan Pembelian Gadget Secara Online. Universitas Airlangga Surabaya . (*Jurnal Psikologi Industri dan Organisasi*, Vol. 02. No. 1, 1-7).
- Syilvani, Muntiyas. (2016). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BNI Syariah Cabang Kusumanegara Yogyakarta*. Skripsi. Yogyakarta : Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
- Temporal, Paul dan Martin Trott. (2002). *Romancing The Customer : Memaksimalkan Nilai Merek Melalui Realtionship Management*. Jakarta : Salemba Empat.
- Tim Penyusun Kamus. (1989). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Edisi 3. Cetakan kedua. Jakarta: Balai Pustaka.
- Tjiptono, Fandy. (1997). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- \_\_\_\_\_. (2004). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi.

- Tjiptono, Fandy. (2014). *Pemasaran Jasa– Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy dan Chandra, Gregorius. (2005). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- \_\_\_\_\_. (2007). *Service, Quality & Satisfaction*. Edisi 2. Yogyakarta: Andi.
- Trisusanti, Yelli. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pekanbaru). Universitas Riau. (*JOM FISIP, Vol.4, No. 2, 1-16*).
- Wahyudi, Agus Rofik. (2013). *Analisis Kualitas Pelayanan dengan Pendekatan Modified Servqual Di Bank Muamalat Cabang Tulungagung*. Skripsi. Yogyakarta : UIN Sunan Kalijaga.
- Yusrina. (2013). Peranan Citra Perusahaan Terhadap Kepercayaan Nasabah Bank BRI Cabang Banda Aceh. Universitas Abulyatama Aceh. (*Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis, Vol. 1, No. 2 , 203-213*).
- Zulfah, Lailatul. (2008). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Haji Pada PT. BNI Syariah Tbk Cabang Jakarta Timur*. Skripsi. Jakarta : Universitas Syarif Hidayatullah.
- [www.bankaceh.com/](http://www.bankaceh.com/). diakses tanggal 01 Juli 2018, jam 07.25 WIB.
- <https://drive.google.com/file/d/0BxTlIlnihFyzWTJMRVY3bzdiYV/view>. diakses tanggal 01 Juli 2018, jam 08.20 WIB.

[www.azuarjuliandi.com/download/cronbachalpha\(manual\).pdf](http://www.azuarjuliandi.com/download/cronbachalpha(manual).pdf).  
diakses tanggal 01 Juli 2018, jam 09.00 WIB.

<https://www.spssindonesia.com/2014/01/uji-validitas-product-momen-spss.html>. diakses tanggal 01 Juli 2018, jam 09.12 WIB.

<https://www.spssindonesia.com/2014/01/uji-reliabilitas-alpha-spss.html>. diakses tanggal 01 Juli 2018, jam 10.11 WIB.

<https://www.spssindonesia.com/2014/02/uji-heteroskedastisitas-gejser-spss.html>. diakses tanggal 09 Juli 2018, jam 11.15 WIB.

<https://www.statistikian.com/2013/01/uji-heteroskedastisitas.html>.  
diakses tanggal 09 Juli 2018, jam 13.05 WIB.

<https://www.spssindonesia.com/2014/01/uji-normalitas-kolmogorov-smirnov-spss.html>. diakses tanggal 09 Juli 2018, jam 17.30 WIB.

<https://www.spssindonesia.com/2017/03/normal-probability-plot.html>. diakses tanggal 09 Juli 2018, jam 20.45 WIB.

<https://www.spssindonesia.com/2014/02/analisis-korelasi-dengan-spss.html>. diakses tanggal 12 Juli 2018, jam 07.45 WIB.

<https://www.spssindonesia.com/2014/02/analisis-regresi-multipes-dengan-spss.html>. diakses tanggal 12 Juli 2018, jam 08.13 WIB.

[https://www.spssindonesia.com/2014/02/cara-mudah-melakukan-  
uji-t-dengan-spss.html](https://www.spssindonesia.com/2014/02/cara-mudah-melakukan-uji-t-dengan-spss.html).diakses tanggal 12 Juli 2018, jam 10.12  
WIB.

[https://www.spssindonesia.com/2016/08/cara-melakukan-uji-f-  
simultan-dalam.html](https://www.spssindonesia.com/2016/08/cara-melakukan-uji-f-simultan-dalam.html).diakses tanggal 13 Juli 2018, jam 08.01 WIB.

[http://olah-data-skripsi.blogspot.com/p/koefisien-determinan-uji-  
r2.html](http://olah-data-skripsi.blogspot.com/p/koefisien-determinan-uji-r2.html).diakses tanggal 13 Juli 2018, jam 08.20 WIB.

## LAMPIRAN

### Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian

#### KUESIONER PENELITIAN

#### FEBI UIN AR-RANIRY 2018

---

---

#### KUESIONER PENELITIAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Bapak/Ibu/Sdr/I yang saya hormati,

Sehubungan dengan penyelesaian Tugas Akhir Skripsi, yang berjudul ‘Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Nasabah terhadap Kepuasan Nasabah’, saya :

Nama : Zainatun Mastura

NIM : 140603172

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

Universitas : Universitas Islam Negeri Arraniry Banda Aceh

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

Kesediaan dan kesungguhan Bapak/Ibu/Sdr/I dalam mengisi kuesioner ini akan menjadi bantuan yang sangat berarti bagi saya untuk menyelesaikan penelitian skripsi ini.

Saya menjamin kerahasiaan jawaban Bapak/Ibu/Sdr/I berikan dan hasilnya akan digunakan untuk kepentingan penelitian.

Atas perhatian dan kerjasamanya, saya ucapkan terimakasih.  
Wassalamu'alaikum, Wr.Wb.

Hormat Saya,

Zainatun Mastura

## KUESIONER PENELITIAN

➤ Petunjuk Pengisian Kuesioner :

- Mohon isikan data diri anda pada kolom yang telah disediakan.

### I. DATA PRIBADI

1. Jenis Kelamin :  Pria  Wanita
  
2. Umur :  16-25 tahun  
 26-35 tahun  
 36-45 tahun  
 > 45 tahun
  
3. Pendidikan Terakhir :  SD  SMP  
 SMA/SMK  DIPLOMA  
 S1/S2
  
4. Pekerjaan :  Pelajar/Mahasiswa/i  
 PNS/Guru/Polri  
 Karyawan Swasta  
 Tidak Bekerja/Pensiunan
  
5. Sudah menjadi nasabah selama :  
 Kurang dari 1 tahun  
 1 tahun  
 Lebih dari 3 tahun

## II. ITEM PENYATAAN

- Berilah tanda centang (√) pada pernyataan berikut ini, isilah sesuai dengan apa yang anda rasakan pada kolom yang telah disediakan.
- Ada lima pilihan jawaban yang tersedia untuk masing-masing pernyataan, yaitu :  
 STS = Sangat Tidak Setuju  
 TS = Tidak Setuju  
 R = Ragu-Ragu  
 S = Setuju  
 SS = Sangat Setuju

No.	Pernyataan	STS	TS	R	S	SS
1.	Bank sudah menerapkan pelayanan secara Islami					
2.	Bank tidak menerapkan sistem bunga pada produk tabungan dan pinjaman					
3.	Nasabah puas menggunakan dana dari bank karena menggunakan sistem bagi hasil (nisbah)					
4.	Karyawan bank syariah memiliki pengetahuan yang baik terhadap jenis layanan dan produk perbankan					
5.	Bank syariah menjamin keamanan nasabah dalam bertransaksi					
6.	Karyawan bank syariah bersikap sopan kepada nasabah					
7.	Karyawan bersikap simpatik dalam menghadapi masalah atau komplain nasabah dalam hal transaksi perbankan					
8.	Karyawan bank syariah melakukan pencatatan dengan teliti dalam setiap transaksi					
9.	Pelayanan transaksi sesuai dengan nomor antrean yang diambil					
10.	Bank syariah memiliki ruang tunggu yang nyaman					

No.	Pernyataan	STS	TS	R	S	SS
11.	Bank syariah memiliki area parkir yang memadai					
12.	Tersedia slip (formulir) yang disertai dengan contoh pengisiannya					
13.	Layanan ATM sudah memuaskan untuk transaksi perbankan nasabah					
14.	Bank syariah memiliki jam pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan nasabah					
15.	Pegawai bank syariah selalu memberikan salam ketika selesai melayani transaksi nasabah					
16.	Bank syariah dalam memberikan pelayanan kepada nasabah tidak memandang status sosial					
17.	Karyawan bank syariah tanggap dalam memenuhi kebutuhan nasabah dalam bertransaksi					
18.	<i>Customer Service</i> bank syariah memberikan informasi yang nasabah butuhkan dengan jelas					
19.	Karyawan bank syariah memberikan pelayanan yang cepat tanpa membuat nasabah menunggu lama					
20.	Bank syariah memiliki kemampuan untuk menyediakan produk atau jasa yang berkualitas					
21.	Bank syariah mampu menjaga kepercayaan nasabah dalam menggunakan produk atau layanan					
22.	Karyawan bank syariah mengutamakan kepentingan nasabah ketika bertransaksi					
23.	Satpam memberikan sambutan dengan baik kepada nasabah yang datang					
24.	Bank syariah memberikan tenggang waktu kepada nasabah yang masih memiliki tanggungan pinjaman					
25.	Produk yang ditawarkan bank syariah sangat beragam sesuai dengan iklan					

No.	Pernyataan	STS	TS	R	S	SS
26.	Karyawan bank syariah menunjukkan bukti transaksi kepada nasabah					
27.	Bank syariah memiliki gerai ATM yang mudah dijangkau oleh nasabah					
28.	Nasabah puas terhadap pelayanan di bank syariah					
29.	Kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan bank syariah sangat baik					
30.	Pelayanan yang diberikan pegawai bank syariah sesuai dengan harapan					
31.	Fasilitas yang ada di bank syariah sangat lengkap sehingga nasabah akan menggunakan jasa bank kembali					
32.	Nasabah bersedia untuk merekomendasikan bank syariah pada orang lain					
33.	Bank syariah menyediakan sarana untuk melakukan keluhan (komplain) seperti adanya <i>customer service</i> , <i>call center</i> dan kotak saran					

## Lampiran 2 : Tabulasi Karakteristik Responden

No	Jk	Umr	Pt	Kerja	Masa	No	Jk	Umr	Pt	Kerja	Masa
1	2	2	5	4	2	39	2	2	4	3	2
2	2	2	5	2	2	40	1	1	4	3	2
3	2	2	5	4	2	41	1	1	3	1	1
4	2	2	5	2	3	42	2	1	3	1	3
5	2	1	3	1	1	43	1	1	3	1	3
6	1	2	5	3	1	44	2	1	3	1	3
7	2	3	2	4	2	45	2	1	3	1	3
8	2	2	5	3	2	46	2	1	3	1	3
9	2	2	5	3	1	47	1	1	3	1	2
10	1	1	3	1	1	48	2	1	5	3	3
11	2	2	5	3	2	49	2	3	4	3	3
12	2	1	5	3	1	50	2	3	2	3	3
13	1	1	5	4	1	51	1	3	4	3	3
14	1	1	3	1	1	52	2	2	4	3	3
15	1	1	1	1	1	53	1	2	4	3	3
16	2	1	4	4	1	54	2	3	3	3	2
17	2	2	5	2	3	55	2	2	5	3	3
18	1	1	3	1	1	56	2	2	4	3	2
19	1	1	3	1	1	57	2	1	3	3	2
20	1	3	5	2	3	58	1	1	3	1	3
21	2	4	5	2	3	59	1	2	3	2	3
22	1	4	4	3	2	60	1	4	5	2	3
23	2	2	2	4	2	61	1	2	5	3	2
24	2	4	4	3	2	62	1	1	3	1	1
25	2	2	4	3	2	63	2	3	5	3	3
26	1	4	4	3	2	64	2	1	3	1	2
27	1	4	4	3	2	65	2	1	4	1	1
28	2	5	5	3	2	66	1	2	5	2	3
29	1	1	3	1	2	67	2	3	5	3	3
30	1	1	3	1	2	68	2	3	4	3	3
31	1	2	5	3	2	69	1	2	2	3	2
32	2	2	3	4	1	70	2	2	5	3	3
33	1	1	3	1	1	71	1	4	3	3	3
34	2	1	3	4	1	72	2	2	5	3	3
35	2	2	4	4	1	73	2	4	5	3	3
36	1	4	4	3	2	74	1	4	3	3	3
37	1	4	4	3	2	75	1	4	5	3	3
38	1	4	5	3	2	76	2	1	3	3	2

No	Jk	Umr	Pt	Kerja	Masa
77	2	2	5	3	3
78	2	1	3	1	3
79	1	4	3	2	2
80	2	2	5	3	2
81	1	2	3	2	3
82	2	2	5	3	3
83	1	3	3	3	3
84	1	2	3	3	2
85	1	2	4	3	3
86	2	2	5	3	3
87	2	2	4	3	3
88	2	2	4	3	2
89	1	3	4	2	3
90	1	1	3	2	1
91	2	1	4	1	1
92	1	2	5	3	3
93	2	4	4	3	3
94	1	1	5	3	2
95	2	1	4	1	2
96	1	1	4	3	2
97	2	1	4	3	2
98	1	2	5	3	2
99	2	2	5	2	3
100	2	2	5	3	2

### Lampiran 3: Tabulasi Jawaban Responden

#### a. Variabel Kualitas Pelayanan

NO	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	A9	A10	A11	A12	A13	A14	A15	A16	A17	A18
1	4	3	5	4	4	3	4	3	5	4	4	4	5	3	3	4	3	3
2	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	2
3	2	3	4	3	4	4	5	4	3	2	4	3	4	4	3	3	4	2
4	3	4	5	4	4	3	3	4	3	4	3	2	3	4	3	4	3	3
5	4	3	3	2	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	2	2	3	4
6	2	3	4	4	5	4	4	3	4	2	3	4	4	3	2	2	4	2
7	3	3	4	4	3	3	2	3	4	3	2	1	3	4	3	3	4	4
8	3	3	4	3	2	2	4	5	4	3	4	3	4	3	4	2	3	1
9	2	3	4	4	3	3	5	4	3	3	3	4	5	4	3	1	4	2
10	4	3	3	3	2	4	2	2	3	4	4	5	4	3	2	2	4	5
11	2	3	3	4	4	3	2	1	2	3	4	3	3	4	4	3	3	3
12	2	3	4	4	4	3	3	2	2	3	3	4	4	1	3	4	4	1
13	2	3	4	4	4	3	2	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	2
14	3	4	4	4	3	5	4	3	3	3	2	2	3	4	3	3	3	3
15	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	2	2	3	4	4	2
16	2	3	4	4	4	5	4	4	3	2	3	4	3	2	3	4	3	3
17	3	3	4	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
18	2	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3	2	4	3	4	2	4	2
19	2	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	2	3	2	3	2	2
20	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4
21	3	3	2	2	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3
22	3	4	3	2	2	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2
23	3	4	4	3	2	4	3	2	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3
24	3	3	4	3	4	3	2	3	3	4	3	3	2	3	2	3	3	3
25	3	3	4	2	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	2
26	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3
27	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3
28	3	4	4	3	4	3	2	4	3	3	4	3	2	3	4	3	2	3
29	3	4	4	2	2	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	2	3	3
30	2	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	2	3
31	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4
32	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	2	3	2	3	3
33	3	4	4	4	5	4	3	2	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3
34	2	3	4	4	4	3	2	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	2
35	2	3	4	3	4	4	3	2	3	4	3	2	4	3	2	3	4	5
36	3	3	4	3	2	3	2	3	3	2	4	3	3	4	3	4	3	2
37	3	2	3	2	3	4	4	3	2	4	3	4	2	4	2	3	4	2
38	2	3	3	4	3	4	3	3	4	3	2	3	2	3	2	4	3	2
39	3	3	4	3	4	2	3	4	3	2	4	3	3	4	3	4	3	2
40	3	3	4	4	3	2	3	3	4	4	3	4	3	3	4	2	4	3
41	1	2	3	3	3	3	2	2	2	3	2	3	3	2	3	3	3	2
42	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
43	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	2	2	3	4	2
44	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	2	3	4	2	3	4	3	5
45	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4
46	3	4	4	4	4	3	3	3	4	2	2	3	4	2	4	4	3	4
47	2	2	4	4	5	4	3	5	5	5	5	5	2	3	2	4	3	5
48	3	3	4	3	4	2	3	5	5	5	5	5	2	3	4	4	3	5
49	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5
50	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5
51	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
52	4	4	4	3	5	4	4	5	4	5	4	3	5	5	4	5	4	4
53	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4
54	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4
55	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3
56	4	4	4	3	4	5	3	4	4	5	4	3	4	3	4	4	4	4
57	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	5	5	5	5	4	4
58	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	3	3	3	4	3	3	4	5
59	4	4	4	3	4	5	4	5	4	5	4	3	4	3	4	3	4	4
60	4	4	3	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	3	3
61	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
62	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5

NO	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	A9	A10	A11	A12	A13	A14	A15	A16	A17	A18
63	4	4	5	4	3	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5
64	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	3	3	4	3	4	4	4	5
65	4	4	4	4	3	5	4	4	3	3	3	4	3	3	4	5	4	5
66	5	4	4	5	4	4	4	4	3	4	3	4	5	4	4	4	4	4
67	2	2	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4
68	4	3	3	4	3	5	4	3	4	5	3	3	4	4	3	4	5	3
69	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4
70	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	2
71	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4
72	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
73	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5
74	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
75	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5
76	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
77	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
78	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
79	4	2	3	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
80	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4
81	4	2	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
82	4	2	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
83	4	4	3	5	5	4	4	5	4	4	4	4	3	4	2	4	4	4
84	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4
85	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4
86	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4
87	4	3	3	4	3	4	3	2	3	4	3	4	3	5	4	3	4	3
88	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4
89	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3
90	2	2	3	3	4	4	4	4	4	3	2	2	2	3	4	2	3	4
91	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	2
92	5	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3
93	3	3	3	3	4	2	3	4	4	3	3	4	4	2	2	3	3	2
94	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4
95	2	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3
96	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	2	3	4	4	2	2	4	3
97	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	2	2	2	3	2	2	4	4
98	2	3	3	4	4	4	3	4	3	3	2	2	2	3	2	2	4	3
99	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
100	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	2	2	3	2	3	4	5

## b. Variabel Kepercayaan Nasabah dan Kepuasan Nasabah

NO	B1	B2	B3	B4	B5	B6	B7	B8	B9	C1	C2	C3	C4	C5	C6
1	4	4	5	4	3	4	4	3	5	3	4	3	4	3	5
2	3	4	3	2	2	3	4	3	2	3	4	3	4	3	4
3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	5	4	4	3	3	4
4	4	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	4	4	3	3
5	3	1	2	3	4	1	3	3	4	3	3	3	3	2	3
6	3	4	3	3	4	3	5	1	1	3	4	2	3	4	4
7	5	4	3	2	3	4	3	4	1	2	3	4	4	3	4
8	2	4	5	4	4	4	4	3	2	3	4	3	5	3	4
9	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	5	4	3	4	3
10	2	3	5	4	3	2	4	3	4	3	3	3	4	4	5
11	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3
12	2	3	3	3	4	4	3	2	3	3	3	3	4	3	2
13	4	2	3	4	4	3	2	3	2	3	4	4	3	3	3
14	3	4	4	4	5	4	3	3	2	2	3	3	2	2	4
15	3	4	4	4	3	3	2	3	3	4	4	3	3	2	3
16	4	4	3	4	3	3	2	3	4	3	4	3	4	3	3
17	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3
18	3	3	2	4	3	4	3	3	2	3	3	4	4	3	3
19	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	2
20	2	2	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4
21	2	3	4	3	3	3	4	3	3	2	2	3	3	3	4
22	4	4	4	4	2	2	3	4	3	3	3	3	4	4	4
23	3	4	3	4	3	3	4	2	2	3	2	4	2	3	3

NO	B1	B2	B3	B4	B5	B6	B7	B8	B9	C1	C2	C3	C4	C5	C6
24	3	3	2	2	3	4	2	3	3	4	3	3	4	3	3
25	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	4	3
26	3	3	3	4	3	3	2	2	3	3	3	3	3	4	3
27	2	4	2	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4
28	3	3	4	3	3	4	3	2	3	3	4	4	4	3	4
29	4	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4
30	4	3	3	2	2	3	4	3	3	3	3	2	3	4	3
31	3	4	3	4	3	3	2	3	3	4	3	3	4	3	3
32	4	3	4	3	4	3	2	3	4	3	4	3	3	4	4
33	3	4	4	3	4	4	1	3	4	4	4	4	3	2	2
34	3	4	5	4	3	3	3	4	3	2	3	4	3	2	3
35	3	3	4	3	4	2	3	4	2	3	4	3	2	3	3
36	3	3	3	3	3	3	3	2	4	2	3	2	2	3	4
37	3	3	3	4	3	2	4	3	2	3	4	3	3	3	4
38	3	3	2	4	3	2	4	3	2	3	3	3	3	2	3
39	3	3	3	4	3	4	2	3	4	2	3	3	3	3	3
40	4	2	4	3	4	3	2	4	3	3	4	3	3	4	3
41	3	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3
42	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4
43	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4
44	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	3	4	3	5
45	3	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	3	4
46	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	3	4	3	2	5
47	3	3	5	5	3	3	3	5	2	3	4	4	4	3	5
48	3	4	4	3	3	3	3	5	2	3	4	4	4	3	5
49	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
50	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
51	5	5	4	4	5	5	4	4	3	4	4	4	4	4	5
52	3	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4
53	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
54	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4
55	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4
56	5	4	4	5	5	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4
57	4	4	4	3	5	4	4	4	5	5	4	4	4	3	4
58	3	4	4	3	5	3	4	5	5	5	3	4	3	4	4
59	4	3	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	3	3	4
60	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4
61	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
62	4	5	5	5	5	4	4	5	3	5	5	5	5	4	5
63	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4
64	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
65	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	3
66	4	4	5	4	3	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4
67	3	3	4	4	3	3	3	4	5	4	3	2	3	4	3
68	4	5	3	4	5	4	4	4	3	3	3	4	4	4	5
69	4	4	5	5	5	3	4	4	5	5	4	4	4	5	5
70	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	5
71	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4
72	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
73	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5
74	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5
75	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5
76	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
77	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
78	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
79	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	5
80	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4
81	4	4	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	5
82	4	4	5	3	3	3	3	3	3	5	4	4	4	4	5
83	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4
84	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4
85	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4
86	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4
87	4	3	4	5	4	3	2	3	4	3	4	3	2	4	4

NO	B1	B2	B3	B4	B5	B6	B7	B8	B9	C1	C2	C3	C4	C5	C6
88	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
89	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3
90	2	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4
91	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	5
92	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3
93	4	3	4	4	3	2	4	3	3	3	3	3	3	4	5
94	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3
95	3	3	4	4	4	3	4	5	4	3	3	3	4	2	2
96	2	4	4	4	3	3	2	2	3	4	3	4	3	3	4
97	2	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	5
98	2	4	4	2	4	4	2	4	3	4	3	4	4	4	5
99	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
100	2	3	4	3	4	3	2	4	3	4	5	4	3	3	5









		A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	A9	A10
total_	Pearson Correlation	,335	,556**	,434*	,678**	,650**	,736**	,692**	,751**	,741**	1
X2	Sig. (2-tailed)	,071	,001	,017	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).											
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).											

### 3. Variabel Kepuasan Nasabah

#### Correlations

		C1	C2	C3	C4	C5	C6	total_Y
C1	Pearson Correlation	1	,645**	,591**	,432*	,498**	,486**	,844**
	Sig. (2-tailed)		,000	,001	,017	,005	,007	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
C2	Pearson Correlation	,645**	1	,571**	,520**	,541**	,203	,774**
	Sig. (2-tailed)	,000		,001	,003	,002	,281	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
C3	Pearson Correlation	,591**	,571**	1	,287	,266	-,042	,559**
	Sig. (2-tailed)	,001	,001		,124	,155	,824	,001
	N	30	30	30	30	30	30	30
C4	Pearson Correlation	,432*	,520**	,287	1	,499**	,454*	,741**
	Sig. (2-tailed)	,017	,003	,124		,005	,012	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
C5	Pearson Correlation	,498**	,541**	,266	,499**	1	,482**	,755**
	Sig. (2-tailed)	,005	,002	,155	,005		,007	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
C6	Pearson Correlation	,486**	,203	-,042	,454*	,482**	1	,655**
	Sig. (2-tailed)	,007	,281	,824	,012	,007		,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
total_Y	Pearson Correlation	,844**	,774**	,559**	,741**	,755**	,655**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,001	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30	30	30
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed). *. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).								







		C1	C2	C3	C4	C5	C6	Total_Y
C4	Pearson Correlation	,429**	,396**	,513**	1	,475**	,283**	,705**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,004	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
C5	Pearson Correlation	,480**	,431**	,407**	,475**	1	,357**	,730**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
C6	Pearson Correlation	,322**	,278**	,351**	,283**	,357**	1	,601**
	Sig. (2-tailed)	,001	,005	,000	,004	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Total_y	Pearson Correlation	,807**	,734**	,772**	,705**	,730**	,601**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100
** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).								

## Lampiran 5 : Uji Reliabilitas

### A. Uji Reliabilitas 30 Responden

#### 1. Variabel Kualitas Pelayanan

##### Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
,882	18

#### 2. Variabel Kepercayaan Nasabah

##### Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
,798	9

#### 3. Variabel Kepuasan Nasabah

##### Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
,812	6

**B. Uji Reliabilitas 100 Responden****1. Variabel Kualitas Pelayanan****Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,924	18

**2. Variabel Kepercayaan Nasabah****Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,866	9

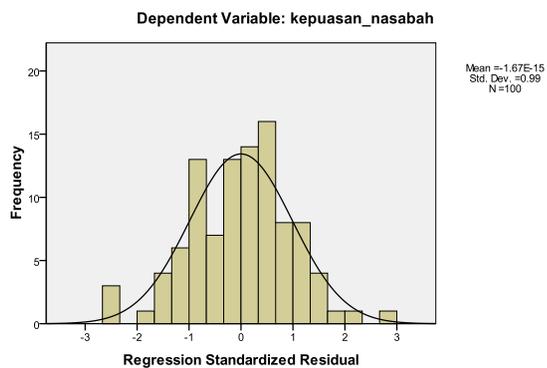
**3. Variabel Kepuasan Nasabah****Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,818	6

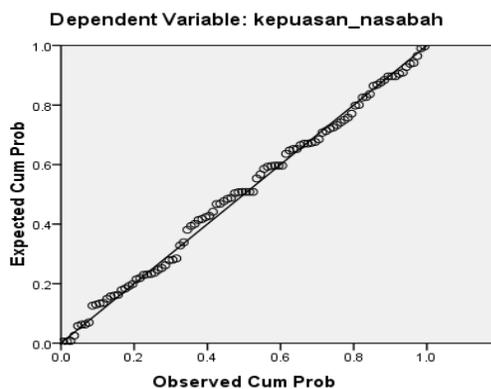
## Lampiran 6: Uji Asumsi Klasik

### 1. Uji Normalitas

Histogram



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,000000
	Std. Deviation	1,77540139
Most Extreme Differences	Absolute	,047
	Positive	,037
	Negative	-,047
Test Statistic		,047
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

## 2. Uji Multikolinieritas

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

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	3,095	1,193		2,594	,011		
kualitas_pelayanan	,163	,035	,488	4,704	,000	,262	3,814
kepercayaan_nasabah	,253	,066	,396	3,817	,000	,262	3,814

a, Dependent Variable: kepuasan\_nasabah

### 3. Uji Heteroskedastisitas

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

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2,878	,718		4,008	,000
kualitas_pelayanan	-,034	,021	-,316	1,636	,105
kepercayaan_nasabah	,023	,040	,109	,564	,574

a, Dependent Variable: RES2

### Lampiran 7: Hasil Analisis Korelasi Parsial

#### Correlations

		kualitas_pelayanan	kepercayaan_nasabah	kepuasan_nasabah
kualitas_pelayanan	Pearson Correlation	1	,859**	,828**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000
	N	100	100	100
kepercayaan_nasabah	Pearson Correlation	,859**	1	,815**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000
	N	100	100	100
kepuasan_nasabah	Pearson Correlation	,828**	,815**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	N	100	100	100

\*\* , Correlation is significant at the 0,01 level (2-tailed),

**Lampiran 8: Hasil Regresi Linear Berganda Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig,
	B	Std, Error	Beta		
1 (Constant)	3,095	1,193		2,594	,011
kualitas_pelayanan	,163	,035	,488	4,704	,000
kepercayaan_nasabah	,253	,066	,396	3,817	,000

a, Dependent Variable: kepuasan\_nasabah

**Lampiran 9: Hasil Regresi Linear Sederhana Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah**

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

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig,
	B	Std, Error	Beta		
1 (Constant)	3,961	1,250		3,169	,002
kualitas_pelayanan	,277	,019	,828	14,613	,000

a, Dependent Variable: kepuasan\_nasabah

**Lampiran 10: Hasil Regresi Linear Sederhana Pengaruh Kepercayaan Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah**

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

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig,
	B	Std, Error	Beta		
1 (Constant)	4,966	1,240		4,004	,000
kepercayaan_nasabah	,521	,037	,815	13,920	,000

a, Dependent Variable: kepuasan\_nasabah

## Lampiran 11: Hasil Uji Simultan (Uji f)

### ANOVA<sup>a</sup>

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	828,937	2	414,469	128,835	,000 <sup>a</sup>
Residual	312,053	97	3,217		
Total	1140,990	99			

a, Predictors: (Constant), kepercayaan\_nasabah, kualitas\_pelayanan

b, Dependent Variable: kepuasan\_nasabah

## Lampiran 12: Hasil Pengujian Koefisien Determinasi

### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,852 <sup>a</sup>	,727	,721	1,79361

a, Predictors: (Constant), kepercayaan\_nasabah, kualitas\_pelayanan

## Lampiran 13: Jawaban Responden

### 1. Variabel Kualitas Pelayanan

#### Kepatuhan Syariah1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat tidak setuju	1	1,0	1,0	1,0
tidak setuju	19	19,0	19,0	20,0
ragu-ragu	30	30,0	30,0	50,0
Setuju	38	38,0	38,0	88,0
sangat tidak setuju	12	12,0	12,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

**Kepatuhan Syariah2**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	9	9,0	9,0	9,0
ragu-ragu	40	40,0	40,0	49,0
Setuju	43	43,0	43,0	92,0
sangat tidak setuju	8	8,0	8,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

**Kepatuhan Syariah3**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	2	2,0	2,0	2,0
ragu-ragu	25	25,0	25,0	27,0
Setuju	64	64,0	64,0	91,0
sangat tidak setuju	9	9,0	9,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

**Jaminan1**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	6	6,0	6,0	6,0
ragu-ragu	29	29,0	29,0	35,0
Setuju	51	51,0	51,0	86,0
sangat tidak setuju	14	14,0	14,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

**Jaminan2**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	6	6,0	6,0	6,0
ragu-ragu	27	27,0	27,0	33,0
Setuju	47	47,0	47,0	80,0
sangat tidak setuju	20	20,0	20,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

**Jaminan3**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	7	7,0	7,0	7,0
ragu-ragu	27	27,0	27,0	34,0
Setuju	47	47,0	47,0	81,0
sangat tidak setuju	19	19,0	19,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

**keandalan1**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	13	13,0	13,0	13,0
ragu-ragu	32	32,0	32,0	45,0
Setuju	40	40,0	40,0	85,0
sangat tidak setuju	15	15,0	15,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

**keandalan2**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat tidak setuju	1	1,0	1,0	1,0
tidak setuju	9	9,0	9,0	10,0
ragu-ragu	31	31,0	31,0	41,0
Setuju	40	40,0	40,0	81,0
sangat tidak setuju	19	19,0	19,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

**keandalan3**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	5	5,0	5,0	5,0
ragu-ragu	33	33,0	33,0	38,0
Setuju	46	46,0	46,0	84,0
sangat tidak setuju	16	16,0	16,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

**bukti fisik 1**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	6	6,0	6,0	6,0
ragu-ragu	28	28,0	28,0	34,0
Setuju	46	46,0	46,0	80,0
sangat tidak setuju	20	20,0	20,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

**bukti fisik 2**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	12	12,0	12,0	12,0
ragu-ragu	40	40,0	40,0	52,0
Setuju	38	38,0	38,0	90,0
sangat tidak setuju	10	10,0	10,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

**bukti fisik 3**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat tidak setuju	1	1,0	1,0	1,0
tidak setuju	9	9,0	9,0	10,0
ragu-ragu	32	32,0	32,0	42,0
Setuju	43	43,0	43,0	85,0
sangat tidak setuju	15	15,0	15,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

**kepedulian1**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	12	12,0	12,0	12,0
ragu-ragu	27	27,0	27,0	39,0
Setuju	50	50,0	50,0	89,0
sangat tidak setuju	11	11,0	11,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

**kepedulian2**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat tidak setuju	1	1,0	1,0	1,0
tidak setuju	9	9,0	9,0	10,0
ragu-ragu	33	33,0	33,0	43,0
Setuju	47	47,0	47,0	90,0
sangat tidak setuju	10	10,0	10,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

**kepedulian3**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	18	18,0	18,0	18,0
ragu-ragu	33	33,0	33,0	51,0
Setuju	41	41,0	41,0	92,0
sangat tidak setuju	8	8,0	8,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

**daya tanggap1**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat tidak setuju	1	1,0	1,0	1,0
tidak setuju	12	12,0	12,0	13,0
ragu-ragu	29	29,0	29,0	42,0
Setuju	41	41,0	41,0	83,0
sangat tidak setuju	17	17,0	17,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

**daya tanggap2**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	4	4,0	4,0	4,0
ragu-ragu	36	36,0	36,0	40,0
Setuju	50	50,0	50,0	90,0
sangat tidak setuju	10	10,0	10,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

**daya tanggap3**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat tidak setuju	2	2,0	2,0	2,0
tidak setuju	21	21,0	21,0	23,0
ragu-ragu	25	25,0	25,0	48,0
Setuju	32	32,0	32,0	80,0
sangat tidak setuju	20	20,0	20,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

**2. Variabel Kepercayaan Nasabah****kemampuan1**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	11	11,0	11,0	11,0
ragu-ragu	38	38,0	38,0	49,0
Setuju	40	40,0	40,0	89,0
sangat tidak setuju	11	11,0	11,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

**kemampuan2**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat tidak setuju	1	1,0	1,0	1,0
tidak setuju	3	3,0	3,0	4,0
ragu-ragu	31	31,0	31,0	35,0
Setuju	51	51,0	51,0	86,0
sangat tidak setuju	14	14,0	14,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

**kemampuan3**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	7	7,0	7,0	7,0
ragu-ragu	24	24,0	24,0	31,0
Setuju	46	46,0	46,0	77,0
sangat tidak setuju	23	23,0	23,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

**kebaikan hati1**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	6	6,0	6,0	6,0
ragu-ragu	28	28,0	28,0	34,0
Setuju	51	51,0	51,0	85,0
sangat tidak setuju	15	15,0	15,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

**kebaikan hati2**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	6	6,0	6,0	6,0
ragu-ragu	36	36,0	36,0	42,0
Setuju	38	38,0	38,0	80,0
sangat tidak setuju	20	20,0	20,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

**kebaikan hati3**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat tidak setuju	1	1,0	1,0	1,0
tidak setuju	8	8,0	8,0	9,0
ragu-ragu	37	37,0	37,0	46,0
Setuju	45	45,0	45,0	91,0
sangat tidak setuju	9	9,0	9,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

**integritas1**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat tidak setuju	1	1,0	1,0	1,0
tidak setuju	14	14,0	14,0	15,0
ragu-ragu	33	33,0	33,0	48,0
Setuju	46	46,0	46,0	94,0
sangat tidak setuju	6	6,0	6,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

**integritas2**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat tidak setuju	1	1,0	1,0	1,0
tidak setuju	8	8,0	8,0	9,0
ragu-ragu	33	33,0	33,0	42,0
Setuju	40	40,0	40,0	82,0
sangat tidak setuju	18	18,0	18,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

**integritas3**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat tidak setuju	2	2,0	2,0	2,0
tidak setuju	12	12,0	12,0	14,0
ragu-ragu	34	34,0	34,0	48,0
Setuju	37	37,0	37,0	85,0
sangat tidak setuju	15	15,0	15,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

**4. Variabel Kepuasan Nasabah****kepuasan nasabah keseluruhan**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	10	10,0	10,0	10,0
ragu-ragu	36	36,0	36,0	46,0
Setuju	37	37,0	37,0	83,0
sangat tidak setuju	17	17,0	17,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

**dimensi kualitas kepuasan**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	3	3,0	3,0	3,0
ragu-ragu	35	35,0	35,0	38,0
Setuju	50	50,0	50,0	88,0
sangat tidak setuju	12	12,0	12,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

**konfirmasi harapan**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	5	5,0	5,0	5,0
ragu-ragu	35	35,0	35,0	40,0
Setuju	51	51,0	51,0	91,0
sangat tidak setuju	9	9,0	9,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

**niat beli ulang**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	6	6,0	6,0	6,0
ragu-ragu	36	36,0	36,0	42,0
Setuju	48	48,0	48,0	90,0
sangat tidak setuju	10	10,0	10,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

**kesediaan untuk merekomendasi**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	9	9,0	9,0	9,0
ragu-ragu	39	39,0	39,0	48,0
Setuju	41	41,0	41,0	89,0
sangat tidak setuju	11	11,0	11,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

**ketidakpuasan nasabah**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	4	4,0	4,0	4,0
ragu-ragu	26	26,0	26,0	30,0
Setuju	47	47,0	47,0	77,0
sangat tidak setuju	23	23,0	23,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

## **RIWAYAT HIDUP**

Nama lengkap : Zainatun Mastura  
Jenis kelamin : Perempuan  
Tempat/Tanggal lahir : Bireuen/09 Juni 1996  
Status : Belum Kawin  
Warga Negara : Indonesia  
Agama : Islam  
Alamat : Jl. Lingkar Kampus UIN Ar-Raniry Banda  
Aceh Gampong Rukoh Lorong Seulanga  
Nomor Telepon : 082361468324  
Email : zayiputri@gmail.com

### **Orang Tua/Wali**

Ayah : M. Afdal, A.Ma  
Pekerjaan : PNS (Guru)  
Ibu : Sri Mulyana, S.Pd  
Pekerjaan : PNS (Guru)

### **Riwayat Pendidikan**

2014 : UIN Ar-Raniry Banda Aceh Fakultas  
Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi  
Perbankan Syari'ah  
2011 : SMA Negeri 1 Bireuen  
2008 : SMP Negeri 1 Bireuen  
2002 : SD Negeri 6 Bireuen  
2000 : Bustanul Athfal Bireuen

Demikian daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenarnya.

Banda Aceh, 1 November 2018  
Yang Menyatakan,

Zainatun Mastura