SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PENGGUNA ATM
(Studi Pada PT. BNI Syariah Cabang Banda Aceh)

Disusun Oleh :

HERA AFRILLIA
NIM. 140603006

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2019 M / 1440 H

SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PENGGUNA ATM
(Studi Pada PT. BNI Syariah Cabang Banda Aceh)

Disusun Oleh :

HERA AFRILLIA
NIM. 140603006

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2019 M / 1440 H

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama	: Hera Afrillia
NIM	: 140603006
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 pemanipulasian dan pemalsuan data***
5. ***Mengerjakan sendiri karya ilmiah ini dan mampu bertanggung jawab atas karya ini***

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 25 Oktober 2018

Yang Menyatakan

METERAI TEMPEL

73E1CAFF390422252

6000

ENAM RIBU RUPIAH

Hera Afrillia

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 Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna ATM
(Studi Pada PT. BNI Syariah Cabang Banda Aceh)

Disusun Oleh:

Hera Afrillia
NIM: 140603006

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,	Pembimbing II,
Prof. Dr. Nazaruddin A. Wahid, MA	Syawal Fitriady, MBA
NIP. 19561231 198703 1031	

Mengetahui
Ketua Program Studi Perbankan Syariah,

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

LEMBAR PENGESAHAN SEMINAR HASIL

SKRIPSI

Hera Afrillia
NIM: 140603006

Dengan Judul:
Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna ATM
(Studi Pada PT. BNI Syariah Cabang 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 : Jumat, 11 Januari 2019
05 Jumadil Awal 1440 H

Banda Aceh
Tim Penilai Seminar Hasil Skripsi

Ketua,

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

Sekretaris,

Syawal Fitriady, MBA

Penguji I,

Dr. Nilam Sari, M.Ag
NIP. 197103172008012007

Penguji II,

Cut Elfida, S.HI., MA
NIDN. 2012128901

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

Dr. Zaki Fuad, M.Ag.
NIP. 196403141992031003

v

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

FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap	: Hera Afrillia
NIM	: 140603006
Fakultas/Jurusan	: Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
E-mail	: heraafrillia@gmail.com

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

☐ Tugas Akhir ☐ KKU ☐ Skripsi ☐ .....

yang berjudul:

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna ATM (Studi Pada PT. BNI Syariah Cabang Banda Aceh)

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

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

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

Demikian peryataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di	: Banda Aceh
Pada tanggal	: 25 Oktober 2018

Penulis	Pembimbing I	Pembimbing II
Hera Afrillia	Prof. Dr. Nazaruddin A. Wahid, M.A NIP. 195612311987031031	Syawal Fitriady, MBA

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيْمِ

Alhamdulillahi Rabbil'alamin, segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna ATM (studi pada PT. BNI Syariah Cabang Banda Aceh)". Shalawat serta salam tak lupa pula penulis sanjung sajikan kepada penghulu alam nabi kita Muhammad SAW, yang telah membawa umatnya dari zaman kebodohan ke zaman yang penuh pengetahuan .

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

1. Dr. Zaki Fuad, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh yang telah memudahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Dr. Israk Ahmadsyah B.Ec., M.Sc sebagai Ketua Jurusan, Ayumiati SE., M.Si sebagai sekretaris jurusan dan Mukhlis S.Hi, S.E, M.H sebagai operator jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

3. Muhammad Arifin, Ph.D selaku ketua Lab Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah banyak membantu penulis dalam mempermudah penulisan skripsi ini.
4. Prof. Dr. Nazaruddin A. Wahid, M.A selaku guru besar di FEBI juga pembimbing I dan Syawal Fitriady, MBA selaku pembimbing II yang telah memberikan motivasi dan arahan yang tiada henti kepada penulis agar terus semangat dalam mengerjakan tugas akhir ini.
5. Dr. Nilam sari, M.Ag selaku penguji I dan Cut Elfida selaku penguji II yang telah membantu mengkoreksi dan memberi bimbingan kepada penulis.
6. Dr. Azharsyah, SE.,Ak., M.S.O.M selaku penasehat akademik serta dosen-dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, khususnya dosen-dosen di jurusan Perbankan Syariah yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan kepada penulis selama mengikuti perkuliahan.
7. Pimpinan dan staf BNI Syariah Cabang Banda Aceh terutama paman Ahmadi yang telah sudi menerima penulis untuk melakukan riset serta mau membantu memberikan data yang diperlukan guna menyelesaikan skripsi ini.
8. Teristimewa untuk Ibunda Tercinta Ratna Yamin dan Ayahandaku Alm. Muhammadan yang selalu menyayangiku dari kecil yang tak pernah lelah membimbing, mengajariku banyak hal dan tak pernah berhenti berdoa untukku. Tidak lupa

juga kepada seluruh keluargaku tercinta, kakakku Jusnida dan Erlia Farida, abangku Syuhadi, Nardiman dan Marjudin yang telah membantu dan memberikan doa terbaik kepadaku.

9. Kepada sahabat-sahabat Sri Hartati, Rizky Ananda, Raudhatul Fitri, Dasmarina Hapidha, Ulfa Jasmida, Agam Suherman S.E, Nidaan Khavia, Zulfa Anggreyni, Cut Dilam Chalida Ulfah S.E dan Maivi Herdalena juga teman-teman seperjuangan dari MIN hingga Perguruan Tinggi, teristimewa juga kepada kak Sulfida dan Uda Usliza Wandi yang selalu menyemangati penulis dalam menyelesaikan studi ini.

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

Banda Aceh, 25 Februari 2019
Penulis

Hera Afrillia, SE.

TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan
Nomor: 158 Tahun 1987 – Nomor: 0543 b/u/1987

1. Konsonan

No	Arab	Latin	No	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ط	Ṭ
2	ب	B	17	ظ	Ẓ
3	ت	T	18	ع	‘
4	ث	Ṡ	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	Ż	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	Ṣ	27	ه	H
13	ش	Sy	28	ء	’
14	ص	S	29	ي	Y
15	ض	Ḍ			

2. Vokal

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

a. Vokal Tunggal

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

Tanda	Nama	Huruf Latin
◌َ	*Fatḥah*	A
◌ِ	*Kasrah*	I
◌ُ	*Dammah*	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	*Fatḥah* dan ya	Ai
◌َ و	*Fatḥah* dan wau	Au

Contoh:

كيف : *kaifa*

هول: *haula*

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
ي /اَ	*Fatḥah* dan *alif* atau ya	Ā
ـِي	*Kasrah* dan ya	Ī
ـُي	*Dammah* dan wau	Ū

Contoh:

قَالَ : *qāla*

رَمَى : *ramā*

قِيْلَ : *qīla*

يَقُوْلُ : *yaqūlu*

4. Ta *Marbutah* (ة)

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

a. Ta *marbutah* (ة) hidup

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

b. Ta *marbutah* (ة) mati

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

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

Contoh:

رَوْضَةُ ٱلاطْفَالْ	: *rauḍah al-aṯfāl/ rauḍatul aṯfāl*
اَلْمَدِيْنَةُ الْمُنَوَّرَةْ	: *al-Madīnah al-Munawwarah/ al-Madīnatul Munawwarah*
طَلْحَةٌ	: *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: Ḥamad Ibn Sulaiman.
2. Nama negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr; Beirut, bukan Bayrut; dan sebagainya.
3. Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf.

ABSTRAK

Nama	: Hera Afrillia
NIM	: 140603006
Fakultas/prodi	: Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
Judul	: Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna ATM (Studi Pada PT. BNI Syariah Cabang Banda Aceh)
Tebal Skripsi	: 136 Halaman
Pembimbing I	: Prof. Dr. Nazaruddin A. Wahid M.A
Pembimbing II	: Syawal Fitriady, MBA

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan yang telah diterapkan oleh BNI Syariah Cabang Banda Aceh terhadap kepuasan nasabah pengguna ATM yang diukur dengan lima dimensi kualitas pelayanan yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Teknik pengumpulan data menggunakan angket/kuesioner dengan menggunakan populasi seluruh nasabah BNI Syariah yang menggunakan produk simpanan dana dan teknik pengambilan sampel menggunakan *convenience sampling*. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan menggunakan bantuan *software* IBM SPSS versi 23. Hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa kualitas pelayanan *tangibles*, *responsiveness* dan *empathy* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan *reliability*, dan *assurance* memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah. Secara keseluruhan, kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang siginifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai sebesar 68,6%.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Nasabah Pengguna ATM

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL KEASLIAN i
HALAMAN JUDUL KEASLIAN..... ii
PERNYATAAN KEASLIAN iii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI iv
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....v
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI vi
KATA PENGANTAR vii
HALAMAN TRANSLITERASI x
ABSTRAK..... xiv
DAFTAR ISI xv
DAFTAR TABEL..... xvii
DAFTAR GAMBAR xviii
DAFTAR LAMPIRAN xix

BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang Masalah 1
1.2 Rumusan Masalah.....9
1.3 Tujuan Penelitian 10
1.4 Manfaat Penelitian 10
1.5 Sistematika Pembahasan.....11

BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS 13
2.1 ATM (*Automatic Teller Machine*).....13
2.2 Konsep Pelayanan Jasa Perbankan 19
2.3 Kualitas Pelayanan Dalam Perspektif Islam.....24
2.4 Konsep Kepuasan Nasabah.....26
2.5 Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Nasabah 33

2.6 Penelitian Terdahulu 35
2.7 Kerangka Berfikir 44
2.8 Hipotesis Penelitian 44

BAB III METODE PENELITIAN.....46
3.1 Jenis Penelitian 46
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian.....47
3.3 Data dan Teknik Pengumpulan Data 49
3.4 Variabel Penelitian.....50
3.5 Skala Pengukuran 51
3.6 Uji Coba Instrumen.....52
3.7 Uji Asumsi Klasik.....54
3.8 Metode Analisis Data 56
3.9 Pengujian Hipotesis 58

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 60
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....60
4.2 Deskripsi Data Penelitian dan Karakteristik Responden.....69
4.3 Pengujian Instrumen 74
4.4 Analisis Statistik Deskriptif.....80
4.5 Uji Asumsi Klasik.....83
4.6 Analisis Regresi Berganda.....87
4.7 Pengujian Hipotesis 90
4.8 Interpretasi Hasil Penelitian.....95

BAB V PENUTUP 100
5.1 Kesimpulan.....100
5.2 Saran 103

DAFTAR PUSTAKA 104
LAMPIRAN 109

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....35
Tabel 2.2 Hubungan Variabel, Dimensi Dan Indikator 42
Tabel 3.2 Skala Likert 51
Tabel 4.1 Karakteristik Responden 70
Tabel 4.1 Hasil Pilot Test 75
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas 77
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas 79
Tabel 4.5 Hasil Analisis Statistik Deskriptif 81
Tabel 4.6 Hasil Multikolinearitas 85
Tabel 4.7 Hasil Heteroskedastisitas.....86
Tabel 4.8 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda 88
Tabel 4.9 Hasil Perhitungan Koefisien Determinasi R^2 90
Tabel 4.10 Hasil Perhitungan Uji F 91
Tabel 4.11 Hasil Perhitungan Uji T.....92

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pertumbuhan Aset Bank Syariah (2014-Nov 2017) 2
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran 44
Gambar 4.1 Grafik Histogram Uji Normalitas 84

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian 109
Lampiran 2 Jawaban Responden 116
Lampiran 3 Uji Coba Instrumen.....124
Lampiran 4 Statistik Deskriptif 132
Lampiran 5 Pengujian Hipotesis 133
Lampiran 6 Uji Asumsi Klasik.....134
Lampiran 7 Metode Analisis Data.....135

BAB I
PENDAHULUAN

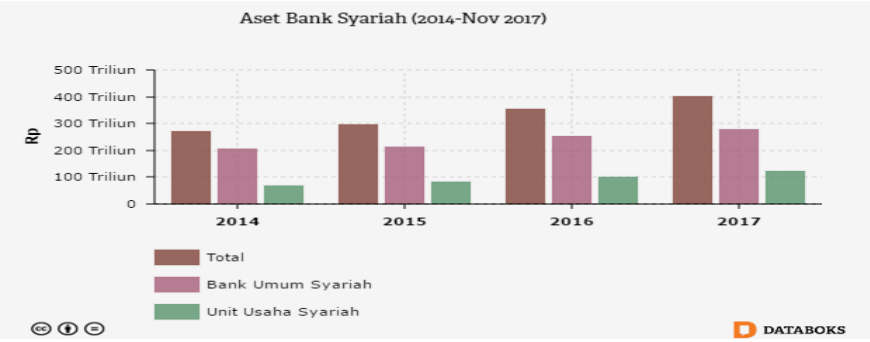
1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 dijelaskan bahwa perbankan syariah merupakan segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Sedangkan Bank Syariah adalah Bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (pasal 1 ayat 7).

Jasa perbankan adalah pelayanan yang diberikan oleh bank kepada para nasabahnya ataupun pihak lain yang berkaitan dengan usaha tersebut. Tujuan pemberian jasa-jasa bank adalah untuk memperlancar kegiatan utama bank yaitu menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana tersebut kepada masyarakat. Semakin lengkap jasa yang diberikan oleh bank akan semakin baik karena akan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah (Djoni S. Gozali dan Rachmadi Usaman, 2010).

Pertumbuhan industri perbankan syariah telah bertransformasi dari hanya sekedar memperkenalkan suatu alternatif praktik perbankan syariah menjadi bagaimana bank syariah menempatkan posisinya sebagai pemain utama dalam

percaturan ekonomi di tanah air. Hal itu ditunjukkan dengan akselerasi pertumbuhan aset perbankan syariah di Indonesia.



Sumber : Databoks, Katadata Indonesia. 2016

Gambar 1.1
Pertumbuhan Aset Bank Syariah (2014-Nov 2017)

Dari grafik di atas di tunjukkan bahwa perbankan syariah di Indonesia tumbuh pesat dalam beberapa tahun terahir. Hal ini dapat dilihat dari catatan statistik Perbankan Syariah Otoritas Jasa Keuangan (OJK) bahwa aset bank syariah pada November 2017 tumbuh 12,6% menjadi Rp401,4 triliun dari posisi akhir tahun sebelumnya. Jumlah tersebut terdiri atas Bank Umum Syariah Rp278 triliun dan Unit Usaha Syariah senilai Rp123,4 triliun, untuk pertama kalinya pada November 2017 total aset bank syariah tembus Rp400 triliun. Saat ini terdapat 34 bank syariah yang beroperasi di Indonesia, terdiri dari 12 Bank Umum Syariah dan 22 Unit Usaha Syariah (Databoks, Katadata Indonesia. 2016).

Pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi serta kemajuan perekonomian pada era globalisasi ini dapat mempengaruhi kehidupan masyarakat. Peningkatan status sosial dan ekonomi masyarakat dapat berakibat pada perubahan perilaku dan gaya hidup mereka. Perubahan tersebut pada akhirnya akan mempengaruhi selera dan tingkat kepuasannya terhadap suatu produk. Eny Kustiyah dan Dewi Wahyuningsih (2014) mengatakan agar dapat bersaing perbankan dituntut untuk mengembangkan layanan elektronik dalam hal melakukan terobosan-terobosan dan inovasi terhadap kemajuan teknologinya untuk melayani kebutuhan nasabahnya. Karena dengan terjadinya perubahan tersebut nasabah cenderung menginginkan segala sesuatu yang mudah, cepat, nyaman dan bebas. Produk dan layanan yang tidak memenuhi kualifikasi nasabah akan sangat mudah ditinggalkan dan pada akhirnya nasabah memilih untuk menggunakan produk dan jasa dari perusahaan lain yang dapat memenuhi harapannya.

Melihat perkembangan perbankan syariah yang cukup menggembirakan tersebut, salah satu hal yang perlu diperhatikan oleh perbankan syariah adalah kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah agar nasabah merasa puas. Di tengah persaingan yang kompetitif di dunia perbankan saat ini kepuasan nasabah menjadi keharusan bank syariah untuk menjaga dan meningkatkannya. Menurut Vincent, perhatian penuh kepada kualitas pelayanan akan memberikan dampak positif pada bank

melalui dua cara, yaitu dampak terhadap biaya produksi dan dampak terhadap pendapatan bank itu sendiri (Vincent Gasper, (1997).

Kepuasan nasabah tercermin dari kualitas pelayanan yang diberikan. Dalam penelitian yang dilakukan Siti Rohmah Koswara, dkk (2014) menyebutkan bahwa ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan (jasa), yaitu *expected service* dan *perceived service*. Jika pelayanan (jasa) yang diberikan atau dirasakan (*perceived service*), sesuai dengan yang diharapkan (*expected service*), maka kualitas pelayanan dapat dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika pelayanan yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas pelayanan dapat dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika pelayanan (jasa) yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dapat dipersepsikan buruk. Maka baik tidaknya kualitas pelayanan tergantung pada penyedia pelayanan (jasa) dalam memenuhi harapan nasabahnya secara konsisten.

Salah satu pendekatan kualitas pelayanan yang banyak digunakan sebagai acuan riset dalam mengukur kepuasan nasabah dalam perbankan adalah metode SERVQUAL (*Sevice quality*) yang dikembangkan oleh Parasuraman, et al. (1994). Dalam salah satu studi mengenai SERVQUAL oleh Parasuraman disimpulkan bahwa terdapat lima dimensi SERVQUAL yaitu *tangibles, empathy, reliability, responsiveness,* dan *assurance.*

Saat ini berbagai transaksi perbankan telah menggunakan teknologi informasi sehingga kegiatan-kegiatan yang dulu harus dilakukan melalui antrian yang cukup lama di *counter* bank kini dapat diwakili oleh mesin, salah satunya yaitu *Automatic Teller Machine* (ATM). ATM adalah alat kasir otomatis yang di tempatkan di dalam atau di luar perkarangan bank, juga pada lokasi-lokasi strategis tertentu yang mampu mengeluarkan uang tunai dan menangani berbagai transaksi perbankan yang rutin (Lipis, 2003). Nasabah dapat melakukan pendaftaran/registrasi melalui jaringan ATM atau melalui *Customer service* di cabang bank di mana rekening dibuka. Pendaftaran ini diperlukan untuk memperoleh *access code* dalam bentuk *Personal Identification Number* (PIN) yang merupakan kode rahasia untuk melakukan sejumlah transaksi. Jika nasabah mendaftar melalui *Customer* bank, maka PIN yang diberikan sesuai PIN standar yang berlaku di bank. Jika nasabah mendaftar melalui ATM, maka *access code* adalah nomor/angka yang ditentukan sendiri oleh nasabah (Diana Grace, 2017).

Nilai keunikan dari produk dan layanan yang ditawarkan oleh bank sangat penting dalam membangun citra perusahaan. Banda Aceh sebagai Ibu kota Provinsi Aceh yang bergelar Serambi Mekkah memiliki beberapa bank yang berbasis syariah. Salah satu bank dengan tingkat loyalitas nasabahnya yang cukup tinggi yaitu PT. BNI Syariah Cabang Banda Aceh. Selain adanya *demand* dari

masyarakat terhadap perbankan syariah, untuk mewujudkan visinya menjadi "*universal banking"*, PT. BNI membuka layanan perbankan yang sesuai dengan prinsip syariah dengan konsep *dual system banking*, yakni menyediakan layanan perbankan umum dan syariah sekaligus. Hal ini sesuai dengan UU NO. 21 Tahun 2008 pasal 5 yang memungkinkan bank-bank umum untuk membuka layanan syariah.

Dalam menjalankan operasionalnya sebagai perbankan syariah di Banda Aceh yang penuh persaingan dalam hal memperebutkan pangsa pasar. Banyak cara yang dilakukan manajemen BNI Syariah dalam menarik masyarakat untuk menjadi nasabahnya salah satunya dengan penyediaan fasilitas jaringan ATM. Kemudahan yang diberikan melalui layanan ATM menjadi daya tarik tersendiri bagi nasabah. Selain dari kemudahan dalam bertransaksi, kualitas dari layanan ATM ini juga harus sesuai dengan standar dan kebijakan yang sudah dikeluarkan oleh bank. Bank bertanggung jawab atas kualitas dari pelayanan tersebut sehingga tidak mengecewakan nasabah. Kualitas pelayanan tercermin dari kepuasan konsumen untuk melakukan penggunaan ulang jasa tersebut, Parasuraman *et al* (1993) mengatakan fasilitas ATM dengan kualitas pelayanan yang baik yang tersebar di seluruh Indonesia akan memudahkan nasabah dalam mengambil dan menyetor setiap harinya tanpa dibatasi ruang dan waktu. Kepuasaan nasabah merupakan prioritas utama bagi setiap lembaga

perbankan. Kepuasan saat ini bukan lagi merupakan kesesuaian suatu produk dengan standar tertentu, tetapi kepuasan nasabah dilihat dari apakah suatu produk dapat memenuhi kebutuhan atau harapan nasabah.

Fasilitas ATM yang disediakan oleh bank menurut Widiyono (2006) haruslah praktis dan efisien dalam memberikan pelayanannya, pengoperasian mesin juga harus mudah dan dapat dimengerti oleh nasabah, dapat melayani nasabah selama 24 jam walaupun dihari libur, memungkinkan pengambilan uang lebih dari satu kali dalam sehari sehingga dapat membantu nasabah dalam hal yang mendesak, serta ATM harus tersedia diberbagai tempat yang strategis, mudah dijumpai dan pada lokasi yang aman.

Fitur tradisional ATM awalnya hanya untuk mengetahui saldo rekening dan melakukan penarikan uang tunai. Dalam perkembangannya, fitur ATM bertambah yang memungkinkan untuk melakukan pemindahbukuan antar rekening, transaksi pembayaran (antara lain kartu kredit, listrik, dan telepon), transaksi pembelian (antara lain *voucher handphone* dan tiket), dan fitur yang terkini adalah transfer ke bank lainnya (bank yang berada dalam satu *switching* jaringan ATM). Selain untuk bertransaksi di ATM, kartu ATM dapat juga digunakan untuk belanja karena dapat berfungsi sebagai kartu debit. Awalnya ATM hanya dikenal sebagai mesin untuk mengambil uang, belakangan muncul ATM yang menerima setoran uang, yaitu *Cash Deposit Machine* (CDM).

Karena itu ATM layak disebut sebagai mesin serba bisa, karena ragam fitur dan kemudahan penggunaannya dalam transaksi perbankan dan memberikan kepuasan kepada nasabah (Grace, 2017).

Di Indonesia juga dikenal ATM Bersama, yaitu jaringan antar bank yang menghubungkan jaringan ATM pada 21 bank yang beroperasi di Indonesia. ATM Bersama pertama kali digunakan di Indonesia pada tahun 1993 dan didasarkan pada model yang diadopsi oleh Megalink, yaitu sebuah jaringan antar bank yang ada di Filipina. ATM Bersama menyediakan berbagai fasilitas antar bank, termasuk informasi saldo, penarikan tunai, dan *real time-online* transfer ke *account* lain anggota jaringan bersama (Bank.web.id).

Berdasarkan uraian di atas, dapat diketahui bahwa kepuasan nasabah pengguna ATM dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang diberikan bank kepada nasabah yang menggunakan ATM. Oleh karena itu penulis mengangkat judul penelitian “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna ATM Studi Pada PT. Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis dapat merumuskan suatu permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh wujud fisik (*tangibles*) terhadap kepuasan nasabah pengguna ATM pada PT. BNI Syariah Cabang Banda Aceh ?
2. Bagaimana pengaruh kehandalan (*reliability*) terhadap kepuasan nasabah pengguna ATM pada PT. BNI Syariah Cabang Banda Aceh ?
3. Bagaimana pengaruh daya tanggap (*responsiveness*) terhadap kepuasan nasabah pengguna ATM pada PT. BNI Syariah Cabang Banda Aceh ?
4. Bagaimana pengaruh jaminan (*assurance*) terhadap kepuasan nasabah pengguna ATM pada PT. BNI Syariah Cabang Banda Aceh ?
5. Bagaimana pengaruh empati (*empathy*) terhadap kepuasan nasabah pengguna ATM pada PT. BNI Syariah Cabang Banda Aceh ?
6. Bagaimana pengaruh variabel kualitas pelayanan (*Sevice quality*) terhadap kepuasan nasabah pengguna ATM pada PT. BNI Syariah Cabang Banda Aceh ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan di atas, maka yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri dari lima dimensi yaitu wujud fisik (*tangibles*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan empati (*empathy*) terhadap kepuasan nasabah pengguna ATM pada PT. BNI Syariah Cabang Banda Aceh.
2. Memberikan saran dalam rangka meningkatkan kualitas pelayanan agar nasabah merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh PT. BNI Syariah Cabang Banda Aceh pada fasilitas ATM.

1.4 Manfaat Penelitian

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

1. Bagi pihak Bank BNI diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat agar bisa terus meningkatkan kualitas pelayanan (jasa) terutama untuk fasilitas ATM sehingga dapat meningkatkan kepuasan nasabah.
2. Secara Akademik diharapkan penelitian ini dapat menjadi tambahan referensi dibidang pendidikan khususnya bagi para

mahasiswa agar dapat mengetahui lebih lanjut tentang pengaruh kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan nasabah.

3. Bagi peneliti lainnya diharapkan agar penelitian ini dapat memperbanyak wawasan mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pengguna ATM sebagai studi banding untuk penelitian selanjutnya.

1.5 Sistematika Pembahasan

Susunan sistematika pembahasan dalam penulisan tentang analisa tingkat kepuasan nasabah terhadap kualitas pelayanan ATM dapat penulis uraikan sebagai berikut :

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

Bab II merupakan landasan teori dan pengembangan hipotesis yang berisi tentang pemahaman konsep bank syariah secara umum, pemahaman tentang *Automatic Teller Machine* (ATM), konsep pelayanan jasa perbankan, pemahaman dimensi kualitas pelayanan, konsep kepuasan nasabah, selain itu juga terdapat penelitian terdahulu, kerangka berfikir serta hipotesis penelitian.

Bab III merupakan metode penelitian yang menjelaskan rencana dan prosedur penelitian yang dilakukan untuk menjawab permasalahan yang telah dirumuskan. Pada bab ini akan

memaparkan tentang jenis penelitian, populasi dan sampel penelitian, data dan teknik pengumpulannya, variabel-variabel penelitian, skala pengukuran, uji coba instrumen, uji asumsi klasik, metode analisis data serta pengujian hipotesis.

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

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

BAB II

LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1 ATM (*Automatic Teller Machine*)

2.1.1 Pengertian ATM

Automatic Teller Machine (ATM) menurut Julius (2011) merupakan sistem pelayanan yang diberikan bank kepada nasabah secara elektronik dengan menggunakan komputer untuk mengupayakan penyelesaian secara otomatis dari sebagian fungsi yang biasanya dilakukan oleh *teller* pada bank. ATM dapat menggantikan fungsi *teller* untuk melayani beberapa jenis transaksi perbankan. Untuk mengoperasikan ATM biasanya diperlukan peralatan berupa kartu plastik (*plastik card*) dan kode pengenal diri (*personal identification card*).

Beberapa jenis transaksi yang dapat dilakukan dengan menggunakan ATM antara lain:

a. Penarikan tunai.
b. Transfer antar rekening dalam bank yang sama atau bank berbeda.
c. Pembayaran tagihan (rekening listrik, telepon, air, pembelian pulsa HP, dan pembayaran tagihan kartu kredit).

Dengan adanya ATM bank memperoleh beberapa keuntungan seperti mendapatkan *fee* dari pemegang kartu ATM dan juga dapat menarik nasabah. Beberapa memberikan fasilitas

debit atau kredit debit pada kartu ATM yang dimiliki oleh nasabah yang berguna untuk melakukan transaksi pembelian barang atau jasa pada tempat-tempat tertentu yang mempunyai kerja sama dengan bank tersebut. Mekanisme yang dilakukan pada saat pembelian barang atau jasa adalah dengan cara mendebit rekening nasabah atau mengurangi saldo tabungan nasabah pada saat yang sama menambah saldo rekening tabungan penjual. Di mana penjual bekerja sama dengan pihak bank yang dikenal dengan *merchant*. *Merchant* mempunyai alat yang digunakan untuk memeriksa keabsahan kartu debit tersebut baik kepemilikan maupun simpanan.

2.1.2 Jenis mesin ATM

Mesin ATM dapat melakukan transaksi pengambilan tunai dan transaksi lainnya seperti *inquiry*, saldo rekening, pentransferan, penggantin PIN, pembelian, dan pembayaran tagihan, saat ini ATM telah tersebar di seluruh Indonesia untuk melayani nasbah.

ATM non tunai hanya dapat melakukan transaksi seluruh transaksi non tunai seperti *inquiry* saldo rekening, pentransferan, penggantian PIN, pembelian, dan pembayaran tagihan dan tidak dapat melakukan transaksi pengambilan tunai. Secara fisik bentuk ATM non tunai berbeda dengan ATM biasa, karena non tunai tidak memiliki mesin seperti mesin ATM pada umumnya dan hanya berupa layar monitor dan papan ketik (*keyboard*) pada bagian layar.

ATM setor tunai (CDM-*Cash Depositite Machine*) mesin ATM dapat menerima setoran tunai dan pengecekan saldo rekening, ATM setoran tunai tidak dapat melakukan transaksi pengambilan tunai, pentransferan, penggantian PIN, pembelian dan pembayaran tagihan. Saat ini tersedia dibeberapa Kantor Cabang untuk melayani nasabah. Secara fisik setoran tunai hampir sama dengan ATM biasa pada umumnya, namun pada sisi depan terdapat lubang/laci yang digunakan untuk meletakkan uang yang akan disetor. Untuk melakukan setoran tunai nasabah harus menggunakan kartu Bank Card dan PIN yang sama dengan yang digunakan pada ATM biasa dan saldo rekening akan ter-*update* secara *real time*.

Drive Thru mesin ATM yang dapat melakukan seluruh transaksi seperti halnya ATM biasa yang meliputi penarikan tunai, *inquiry* saldo, pentransferan, penggantian PIN, pembelian dan pembayaran tagihan. ATM Drive Thru memiliki keunikan dalam lokasi dan bentuk karena didesain khusus untuk dapat melayani nasabah tanpa harus turun dari mobil.

2.1.3 Beberapa jaringan ATM

a. *Offline* adalah bentuk jaringan yang paling sederhana. Bank pengelola tidak perlu menyiapkan *software* yang rumit, bahkan tidak perlu melengkapinya dengan *mainframe*. Sistem ini memungkinkan nasabah mengambil uang tunai

tanpa membaca *file* rekening yang bersangkutan. Cara ini dapat sewaktu-waktu merugikan bank karena nasabah dapat mengambil uang melebihi saldo rekening yang ada. Bentuk ini biasanya ditempuh oleh bank karena belum adanya jaringan komputer yang mendukung.

b. *Stand Alone* lebih berkembang daripada *offline* di mana ATM sudah dioperasikan dengan membaca *file* rekening nasabah yang bersangkutan. Dengan kata lain, perangkat ATM sudah dihubungkan dengan *mainframe* dalam skala kecil yang menyimpan *file-file* rekening nasabah. Jadi di samping dapat menarik uang setiap saat, nasabah juga dapat melihat saldo akhir dari rekeningnya. Pemanfaatan ATM ini hanya sebatas nasabah kantor cabang yang bersangkutan saja, sedangkan nasabah kantor cabang lainnya tidak memungkinkan karena belum dihubungkan secara *online*.

c. *Online* adalah bentuk sistem yang lebih maju karena masing-masing ATM berada di bawah pengelolaan satu unit *branch system* telah dihubungkan *online* satu dengan yang lainnya sehingga nasabah-nasabah di semua cabang yang telah memiliki jaringan komputer dapat memanfaatkan ATM yang ada. Dengan sistem ini nasabah tidak terikat hanya dengan satu ATM melainkan dapat juga

memanfaatkan ATM yang berada terdekat dengan mereka berada.

d. ATM *Sharing* adalah sejumlah pengelola ATM *intergrated* membentuk satu jaringan dengan menggabungkan semua ATM yang mereka miliki. Keuntungannya sudah tentu nasabah lebih leluasa dalam memanfaatkan ATM-ATM milik pengelola dan dapat mengurangi persaingan antara pelayanan ATM.

e. Kartu Plastik adalah benda berbentuk kartu berbahan dasar plastik serta digunakan untuk kebutuhan transaksi keuangan. Transaksi yang digunakan dengan kartu plastik ini berbeda-beda sesuai dengan jenis kartu yang digunakan. Pada umumnnya jenis kartu yang digunakan adalah kartu kredit dan kartu ATM yang juga berfungsi sebagai kartu debit. Kartu plastik ini diterbitkan oleh lembaga keuangan terutama oleh perbankan. Kartu plastik yang dominan adalah jenis kartu untuk pengambilan uang tuani pada ATM atau disebut juga kartu ATM. Kartu ATM ini diberikan kepada setiap penabung untuk kemudahan dalam melakukan transaksi keuangan juga untuk mengurangi penggunaan uang tunai, hal ini dilakukan dengan alasan kemudahan serta keamanan,

f. Pelayanan ATM yang merupakan mesin yang dapat melayani kebutuhan nasabah secara otomatis setiap saat selama 24 jam dari 7 hari dalam seminggu bahkan termasuk hari libur serta dengan penempatan lokasi ATM yang strategis.

Pelayanan yang diberikan ATM antara lain:

1) Penarikan uang tunai. Nasabah dapat menarik uang tunai diberbagai ATM yang memiliki hubungan dengan bank penerbit. Besarnya jumlah penarikan tergantung pada limit penarikan yang diberikan atau dari sisa saldo yang tersedia pada ATM yang bersangkutan.
2) Dapat digunakan sebagai tempat untuk melihat atau cek dan bilyet giro (BG) seperti tempat untuk melihat atau cek saldo rekening nasabah dan pelayanan lainnya seperti pembayaran listrik, telepon, dan pembayaran lainnya.
3) Sedangkan manfaat lain yang dapat diberikan oleh ATM di samping yang tertulis di atas adalah sebagai berikut:
   a) Praktis dan mudah dalam penggunaan mesin ATM.
   b) Melayani keperluan nasabah 24 jam termasuk hari libur.
   c) Menjamin keamanan dan *privacy*.

d) Kemungkinan mengambil uang tunai lebih dari 1 kali dalam sehari.
e) Terdapat diberbagai tempat yang strategis.

2.2 Konsep Pelayanan Jasa perbankan

2.2.1 Pengertian Kualitas Pelayanan (jasa)

Kualitas jasa dalam pemasaran ditentukan oleh yang melakukan pelayanan. Definisi kualitas jasa berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan nasabah serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan nasabah. Tjiptono (2009: 247) mengatakan kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat tersebut untuk memenuhi keinginan nasabah. Dengan kata lain ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa yaitu *expected service* dan *perceived service* (Siti Rohmah Koswara, dkk, 2014).

Jika pelayanan (jasa) yang diberikan atau dirasakan (*perceived service*), sesuai dengan yang diharapkan (*expected service*), maka kualitas pelayanan dapat dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika pelayanan yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas pelayanan dapat dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika pelayanan (jasa) yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dapat dipersepsikan buruk. Maka baik tidaknya kualitas pelayanan

tergantung pada penyedia pelayanan (jasa) dalam memenuhi harapan nasabahnya secara konsisten.

Ada beberapa kesenjangan yang menyebabkan penyajian layanan tidak berhasil dalam memenuhi kualitas pelayanan yang dikehendaki, Parasuraman, et al., (1997) mengidentifikasi kesenjangan tersebut sebagai berikut:

a. Kesenjangan antara harapan konsumen dengan pandangan manajemen. Manajemen tidak selalu merasakan dengan tepat apa yang diinginkan oleh konsumen atau bagaimana penilaian konsumen terhadap komponen pelayanan. Akibatnya manajemen tidak mengetahui bagaimana suatu jasa seharusnya didesain, dan jasa pendukung apa saja yang diinginkan.
b. Kesenjangan antara pandangan manajemen dan spesifikasi kualitas pelayanan. Terkadang manajemen mampu memahami secara tepat apa yang diinginkan oleh konsumen, tetapi mereka tidak menyusun suatu standar kinerja tertentu dengan jelas. Hal ini bisa disebabkan oleh tiga faktor, yaitu tidak adanya komitmen total manajemen terhadap kualitas jasa, kekurangan sumber daya, atau karena adanya kelebihan permintaan.
c. Kesenjangan antara spesifikasi kualitas pelayanan dan penyampaian jasa. Terjadinya kesenjangan ini bisa di

sebabkan oleh karyawan kurang terlatih, beban kerja melampaui batas, serta tidak dapat memenuhi standar kinerja yang ditetapkan.

d. Kesenjangan antara penyajian pelayanan dan komunikasi eksternal. Sering kali harapan pelanggan dipengaruhi oleh manajemen dan janji yang dibuat oleh perusahaan, sehingga perusahaan akan menghadapi risiko apabila tidak memenuhi janji yang diberikan.

e. Kesenjangan antara pelayanan yang dirasakan dan pelayanan yang diharapkan. Kesenjangan ini terjadi apabila pelanggann mengukur kinerja perusahaan dengan cara yang berbeda atau keliru dalam mempersepsikan kualitas jasa. Walaupun pada awalnya persepsi yang dimiliki oleh konsumen dan perusahaan sama, akan tetapi karena berbagai faktor yang berlangsung sehingga pada akhir proses pelayanan, persepsi konsumen dan perusahaan tentang kualitas jasa bisa saja berbeda.

2.2.2 Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa

Menurut Parasuraman, et al., (1995) terdapat beberapa dimensi yang saling tumpang tindih, sehingga ia menyimpulkan sebanyak lima dimensi kualitas pelayanan yang lebih sederhana lagi bahkan model ini umumnya dijadikan sebagai pengukuran

kualitas pelayanan dalam suatu perusahaan. Kelima dimensi tersebut antara lain:

a. *Tangibles* (wujud fisik), yaitu kemampuan yang dimiliki oleh suatu perusahaan dalam menampilkan fasilitas fisik perusahaan seperti kondisi gedung yang bersih dan nyaman, perlengkapan dan peralatan atau teknologi yang digunakan, serta penampilan para pegawainya. Dalam hal ini fasilitas ATM yang disediakan oleh bank menjadi sorotan utama dalam hal melihat bagaimana manajemen bank mampu memberikan layanan yang baik kepada nasabah melalui fasilitas ATM tersebut.
b. *Reliability* (kehandalan), yaitu kemampuan yang dimiliki oleh suatu perusahaan untuk memberikan berbagai pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan akurat serta memuaskan. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.
c. *Responsiveness* (daya tanggap), merupakan kemampuan karyawan untuk menaggapi dan menyelesaikan masalah pelanggan dengan cepat dan tepat, selalu siap dan bersedia membantu kesulitan pelanggan serta dapat memberikan informasi yang jelas sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

d. *Assurance* (jaminan), kemampuan karyawan dalam hal pengetahuan, kesopanan, kemampuan mereka untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan serta menyampaikan sesuatu secara amanah serta meningkatkan keyakinan nasabah melalui layanan yang diberikan. Unsur *assurance* berkaitan dengan memberikan fasilitas yang aman dan mudah, pelayanan yang ramah dan sopan, karyawan memiliki pengetahuan yang luas terhadap apa yang ditawarkan kepada nasabah, serta kualitas produk yang dijual sesuai dengan apa yang dipromosikan. Dimensi ini merupakan turunan dari sifat amanah yang berarti bertanggungjawab, dapat dipercaya dan kredibilitas.

e. *Empathy* (empati), merupakan kemampuan karyawan menjalin komunikasi interpersonal dan memahami kebutuhan pelanggan serta berkaitan dengan ketulusan dalam memberikan perhatian secara personal. Oleh karena itu, perusahaan hendaknya memiliki pengertian dan juga pengetahuan tentang para pelanggannya secara spesifik termasuk di dalamnya waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan tersebut. Dimensi *empathy* selalu berkaitan dengan keinginan para karyawan untuk selalu menyelesaikan masalah nasabah, keinginan para karyawan

untuk selalu mempertahankan hubungan baik dengan para nasabah. Sangat penting bagi setiap perusahaan untuk memperhatikan aspek *empathy,* karena jika unsur *empathy* ini dikelola dengan baik maka akan terjalin hubungan emosional yang baik antara pelanggan dengan perusahaan. Unsur *empathy* ini selalu berkaitan dengan memberikan pelayann tanpa membedakan pelayanan hanya karena status sosial.

Tingkat kualitas pelayanan tidak dapat dinilai berdasarkan sudut pandang perusahaan, tetapi harus dilihat dari sudut pandang penilaian pelanggan. Karena itu, dalam merumusan strategi dan program pelayanan, perusahaan harus berorientasi pada kepentingan pelanggan dengan memperhatikan komponen kualitas pelayanan.

2.3 Kualitas Pelayanan Dalam Perspektif Islam

Islam mengajarkan bahwa dalam memberikan pelayanan pada usaha yang dijalankan jangan memberikan yang buruk dan tidak berkualitas, melainkan harus yang baik dan berkualitas kepada pelanggan. Hal ini seperti yang terdapat dalam Al-Quran surat Ali Imran ayat 159 dan Al-Baqarah ayat 267, yang menyatakan bahwa:

فَبِمَا رَحۡمَةٖ مِّنَ ٱللَّهِ لِنتَ لَهُمۡۖ وَلَوۡ كُنتَ فَظًّا غَلِيظَ ٱلۡقَلۡبِ
لَٱنفَضُّواْ مِنۡ حَوۡلِكَۖ فَٱعۡفُ عَنۡهُمۡ وَٱسۡتَغۡفِرۡ لَهُمۡ وَشَاوِرۡهُمۡ فِي
ٱلۡأَمۡرِۖ فَإِذَا عَزَمۡتَ فَتَوَكَّلۡ عَلَى ٱللَّهِۚ إِنَّ ٱللَّهَ يُحِبُّ ٱلۡمُتَوَكِّلِينَ ١٥٩

Artinya: *”Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu Berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya”.* (QS : 3 :159)

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُوٓاْ أَنفِقُواْ مِن طَيِّبَٰتِ مَا كَسَبۡتُمۡ وَمِمَّآ أَخۡرَجۡنَا لَكُم مِّنَ ٱلۡأَرۡضِۖ وَلَا تَيَمَّمُواْ ٱلۡخَبِيثَ مِنۡهُ تُنفِقُونَ وَلَسۡتُم بِـَٔاخِذِيهِ إِلَّآ أَن تُغۡمِضُواْ فِيهِۚ وَٱعۡلَمُوٓاْ أَنَّ ٱللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ ٢٦٧

Artinya: *"Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. Dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji".* (QS : 2 : 267)

2.4 Konsep Kepuasan Nasabah

2.2.1 Pengertian Kepuasan Nasabah

Ada beberapa para ahli yang mendefinisikan pengertian kepuasan nasabah. Menurut Kottler, (2005) Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan. Menurut Fandy Tjiptono (2005) Kepuasaan nasabah merupakan respon nasabah terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian. Definisi lain yaitu kepuasan nasabah merupakan evaluasi purnabeli di mana alternatif

yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melebihi dari harapan yang diinginkan oleh nasabah.

2.2.2 Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah

Dalam menentukan kepuasan nasabah terdapat lima faktor yang perlu diperhatikan oleh bank (Sumarni, 2011) yaitu:

a. Nilai produk, yaitu nasabah akan merasa puas bila hasil dari produk yang mereka gunakan menunjukkan bahwa produk tersebut memiliki kualitas yang baik.
b. Nilai pelayanan bagi nasabah sangatlah penting mengingat jasa bank merupakan jasa profesionalisme, sistem *online*, tabungan dengan menyediakan fasilitas ATM merupakan upaya bank dalam memberikan layanan yang cepat dan akurat.
c. Nilai personil tidak dapat dipisahkan dari nilai pelayanan dan nilai produk. Personil atau karyawan bank merupakan "aset tersembunyi" yang harus dimaksimalkan oleh bank dalam pemanfaatannya.
d. Nilai Citra bank akan mudah dinilai oleh nasabah mengingat dalam kondisi pasar pembeli saat ini, banyak pilihan bank membuat nasabah juga semakin cermat mencari informasi untuk memilih bank dengan reputasi yang baik.

Dalam hal ini peneliti hanya melihat dari segi kualitas pelayanan yang disediakan oleh bank terhadap fasilitas ATM, dengan tingkat penggunaan ATM yang semakin tinggi pada masyarakat maka pihak manajemen perlu melakukan penanganan dan pengelolaan ATM secara khusus, intensif terkendali dan terkoordinir mengenai permasalahan serta operasionalisasi ATM (misalnya; penanganan kerusakan mesin, pemeliharaan kebersihan ruangan ATM dan sarana penunjang ATM, pengisian kertas jurnal roll dan kertas *receipt*, *restocking/replenisment*, dan sebagainya) sehingga nasabah akan merasa puas.

Pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan pelanggan yang merasa puas. Terciptanya kepuasan nasabah dapat memberikan beberapa manfaat, di antaranya hubungan antara perusahaaan dan pelanggan menjadi harmonis, terciptanya loyalitas pelanggan atas pembelian yang berulang, dan dapat membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan.

2.2.3 Atribut Pembentuk Kepuasan Nasabah

Menurut Fandy Tjiptono (2000) atribut-atribut pembentuk kepuasan nasabah yaitu:

a. Kemudahan dalam memperoleh produk atau jasa yang ditawarkan oleh produsen tersedia di *outlet-outlet* dan toko yang pembeli potensial.
b. Kesedian untuk merekomendasikan dalam kasus produk yang pembelian ulangnya relatif lama, kesediaan nasabah untuk merekomendasikan produk kepada teman atau keluarganya menjadi ukuran yang penting untuk dianalisis dan ditindak.

2.2.4 Membentuk Fokus pada Kepuasan Nasabah

Faktor utama keberhasilan dalam membentuk fokus pada kepuasan nasabah adalah menyadarkan karyawan untuk berinteraksi secara langsung dengan nasabah dan memberikan kebebasan kepada karyawan untuk melakukan tindakan yang diperlukan dalam rangka memuaskan nasabah. Perusahaan yang berhasil dalam membentuk fokus pada kepuasan nasabah memiliki karakteristik sebagai berikut:

a. Visi dan komitmen.
b. Pensejajaran dengan nasabah.
c. Kemauan mengidentifikasi dan mengatasi masalah nasabah.

d. Memanfaatkan informasi dari nasabah.
e. Mendekati nasabah.
f. Kemampuaan, kesanggupan dan pemberdayaan karyawan.
g. Penyempurnaan produk dan proses secara terus menerus.

2.2.5 Pengukuran Kepuasan Nasabah

Pengukuran kepuasan nasabah merupakan hal penting dalam menyediakan pelayanan yang lebih baik, lebih efisien dan efektif. Pengukuran kepuasan nasabah merupakan suatu keadaan di mana, keinginan, harapan dan kebutuhan nasabah dipenuhi.

Meskipun belum ada konsensus mengenai cara mengukur kepuasan nasabah, sejumlah studi menunjukkan bahwa ada tiga aspek penting yang perlu di telaah dalam rangka pengukuran kepuasan nasabah. Fandy Tjiptono (2011) mengemukakan aspek tersebut sebagai berikut:

a. Kepuasan general atau keseluruhan (*overall satisfaction*).
b. Konfirmasi harapan (*confirmation of expectations*) yakni tingkat kesesuaian antara kinerja dengan ekspektasi.
c. Perbandingan dengan situasi ideal (*comparation to ideal*) yaitu kinerja produk dibandingkan dengan produk ideal menurut persepsi nasabah.

Ada beberapa metode yang dapat diterapkan setiap perusahaan untuk mengukur dan memantau kepuasan nasabahnya. Menurut Kotler (2002) ada 4 metode untuk mengukur kepuasan nasabah, yaitu:

a. Sistem keluhan dan saran

Setiap perusahaan yang berorientasi pada pelanggan perlu memberikan kesempatan yang luas bagi pelanggan untuk menyampaikan saran, pendapat dan keluhan mereka, dengan menyediakan media seperti kotak saran yang diletakkan di tempat yang strategis, menyediakan kartu komentar, dan lain-lain.

Metode ini cenderung bersifat pasif, oleh karena itu sulit mendapatkan gambaran lengkap mengenai kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan, karena tidak semua pelanggan yang tidak puas menyampaikan keluhannya, bisa saja mereka langsung beralih ke perusahaan pesaing.

b. Survei kepuasan nasabah

Pengukuran kepuasan nasabah melalui metode ini dapat dilakukan dengan berbagai cara, di antaranya:

1) *Directly reported satisfaction*

Pengukuran ini dilakukan secara langsung melalui pertanyaan seperti ungkapan “ seberapa puas saudara terhadap pelayanan dari ATM BNI Syariah pada skala berikut: sangat tidak puas, tidak puas, netral, puas, dan sangat puas”.

2) *Derived dissatisfaction*

Pertanyaan yang diajukan menyangkut dua hal utama, yaitu besarnya harapan pelanggan terhadap atribut tertentu dan besarnya kinerja yang mereka rasakan.

3) *Problem analysis*

Pelanggan yang dijadikan responden diminta untuk mengungkapkan dua hal pokok, yaitu :

a) Masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan pelayanan yang diberikan perusahaan.
b) Saran-saran untuk melakukan perbaikan

4) *Importance Performance Analysis* (IPA)

Dalam teknik ini responden diminta untuk meranking berbagai elemen dari pelayanan berdasarkan derajat pentingnya setiap elemen tersebut. Selain itu responden juga diminta meranking seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen tersebut.

5) *Ghost shopping*

Metode ini dilakukan dengan cara mempekerjakan beberapa orang untuk berperan sebagai pembeli produk dari perusahaan pesaing. Lalu *ghost shopper* tersebut menyampaikan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan dari produk perusahaan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk tersebut.

6) *Lost customer analysis*

Metode ini dilakukan dengan cara perusahaan menghubungi para pelanggannya yang telah berhenti membeli atau beralih ke perusahaan lain. Hal ini dilakukan dengan harapan memperoleh informasi mengenai penyebab terjadinya hal tersebut. Informasi ini sangat bermanfaat bagi perusahaan untuk mengambil kebijakan selanjutnya dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Agar kepuasan nasabah dapat lebih terjamin, perlu diperhatikan dimensi kualitas pelayanan itu sendiri. Dimensi kualitas pelayanan tersebut terdiri dari 5 variabel yaitu *tangible, reliability, responsive, assurance,* dan *empathy.* Dari kelima faktor tersebut, perlu dikaji secara cermat untuk mengetahui faktor mana saja yang perlu dilakukan secara baik sehingga mampu memberikan kepuasan kepada nasabah. Kepuasan nasabah adalah persepsi bagi nasabah itu sendiri bahwa pelayanan yang mereka harapkan telah terpenuhi atau bahkan melebihi dari apa yang diinginkan. Kepuasan nasabah merupakan konsep yang sangat relevan yang perlu diperhatikan perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada nasabah.

2.5 Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Nasabah

Pelayanan secara umum menurut Kotler (2002) ialah rasa menyenangkan yang diberikan kepada orang lain disertai kemudahan-kemudahan dalam memenuhi segala kebutuhan

mereka. Sehingga pelayanan merupakan suatu bentuk prosedur yang diberikan dalam upayanya memberikan kesenangan-kesenangan kepada orang lain dalam hal ini kepada nasabah. Sedangkan menurut Zeithaml (1996), kualitas pelayanan merupakan salah satu variabel yang menentukan kepuasan nasabah di samping harga, situasi, dan faktor personal.

Kepuasan merupakan reaksi perilaku nasabah sesudah melakukan pembelian terhadap apa yang sudah dibelinya (Lupiyoadi, 2001). Teori yang menjelaskan bagaimana kepuasan atau ketidakpuasan nasabah terbentuk menurut Sumarwan (2004) adalah *the expectancy disconformation model*, yang mengatakan bahwa kepuasan dan ketidakpuasan nasabah merupakan dampak dari perbandingan antara harapan nasabah sebelum pembelian dengan yang sesungguhnya diperoleh nasabah dari produk yang dibeli tersebut.

2.6 Penelitian Terdahulu

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

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
1	Diana Grace (2017)	Analisis pengaruh *Automatic Teller Machine* dan *Short Message service* terhadap kepuasan nasabah	Independen: fasilitas ATM BRI dan fasilitas SMS *Banking.* Dependen: kepuasan nasabah.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa baik peningkatan kualitas ATM BRI dan SMS *Banking* secara langsung akan meningkatkan kepuasan nasabah, demikian pula sebaliknya. Adapun variabel yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan nasabah adalah ATM BRI.
2	Putri Andriani (2015)	Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah pengguna ATM	Independen: *tangibles, reliability, responsiveness* dan *assurance.* Dependen: kepuasan nasabah	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variable *tangibles, reliability, responsiveness, dan assurance* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna ATM. Berdasarkan hasil analisis regresi secara parsial dapat diketahui bahwa variabel *tangibles* dan *reliability*, tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna ATM. Sedangkan variabel *responsiveness* dan *assurance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna ATM.

Tabel 2.1 - Lanjutan

No	Peneliti	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
3	Mulyahati Renreng (2008)	Pengaruh pelayanan ATM Regional Center (ATMRC) terhadap kepuasan nasabah Bank	Independen: *reliability, responsiveness, assurance, empathy* dan *tangibles*. Dependen: kepuasan nasabah	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan nasabah pada ATM-RC pada BNI Cabang Makasar berada pada kategori puas sebesar 74,5%. Sedangkan kualitas pelayanan ATM-RC ditinjau dari indikator *reliability, responsiveness, assurance, empathy* dan *tangibles* menunjukkan kategori baik sebesar 62,8%, di mana variabel *reliability* memberikan kontribusi pengaruh yang lebih besar terhadap kepuasan nasabah dibandingkan dengan variabel *responsiveness, assurance, empathy,* dan *tangibles.*
4	Tri Yulianto (2015)	Pengaruh kualitas pelayanan ATM dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah	Independen: kualitas pelayanan yang meliputi: *assurance, reliability, responsiveness, tangibles, empathy.* dan *kepercayaan* Dependen: kepuasan nasabah	Berdasarkan hasil analisis data diketahui kualitas pelayanan dan kepercayaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan hasil analisis uji F diperoleh hasil f hitung sebesar 26,396 yang lebih besar dari f tabel sebesar 4,00, berarti secara bersama-sama variabel kualitas pelayanan ATM dan kepercayaan berpegaruhi signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hasil analisis data koefisien

Tabel 2.1 – Lanjutan

No	Peneliti	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
				determinasi diperoleh R *square* sebesar 0,339, berarti variasi perubahan variabel kepuasan nasabah dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan dan kepercayaan sebesar 33,9%. Sedangkan sisanya sebesar 66,1% dijelaskan oleh variabel lain di luar model.
5	Hariayanto (2013)	Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pengguna ATM BNI syariah di Banjarmasin	Independen: kemudahan, fasilitas dan lokasi. Dependen: kepuasan nasabah	Hasil penelitian dan analisis menunjukkan semua variabel bebas yang digunakan terbukti secara bersama-sama dan secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, serta faktor yang paling berpengaruh dominan terhadap kepuasan nasabah yaitu lokasi mesin ATM bank BNI.

Berdasarkan Tabel 2.1 di atas, terlihat bahwa penelitian yang dilakukan oleh Diana Grace (2017) adalah jenis penelitian verifikatif dengan metode analisis yang digunakan adalah Regresi Linear Berganda yang di olah menggunakan aplikasi SPSS 17. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pada ATM BRI dan BRI SMS *Banking* secara langsung akan meningkatkan kepuasan nasabah. Adapun variabel yang paling dominan mempengaruhi kepuasan nasabah adalah ATM BRI. Pada penelitian ini terdapat dua varibel independen yaitu ATM dan SMS *Banking* dengan variabel dependen kepuasan nasabah. Penelitian ini menggunakan 6 komponen pada tiap-tiap variabel independennya sehingga keseluruhan komponen penelitian ini berjumlah 12 komponen. Komponen yang perlu ditingkatkan pada penelitian ini adalah terjadinya gangguan koneksi dan ketersediaan uang pada mesin ATM yang menyebabkan ATM tidak berfungsi dengan semestinya. Begitu juga dengan layanan BRI perlu diadakan sosialisasi tentang penggunaan BRI SMS *Banking* sehingga memudahkan nasabah dalam bertransaksi.

Penelitian yang dilakukan oleh Putri Andriani (2015) bertujuan untuk menjelaskan pengaruh dimensi *tangibles, reliability, responsiveness,* dan *assurance* terhadap kepuasan nasabah pengguna ATM BNI Syariah Cabang Yogyakarta. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*)

dengan menggunakan alat analisis Regresi Linear Berganda. Keempat dimensi tersebut di atas merupakan variabel independen pada penelitian ini sedangkan yang menjadi variabel dependennya adalah kepuasan nasabah. Pada penelitian ini komponen yang digunakan sebanyak 15 komponen dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *tangibles* (X1), *reliability* (X2), *responsiveness* (X3), dan *assurance* (X4) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna ATM. Berdasarkan hasil analisis regresi secara parsial dapat diketahui bahwa variabel *tangibles* (X1) dan *reliability* (X2), tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna ATM. Sedangkan variabel *responsiveness* (X3) dan *assurance* (X4) berpengaruh posistif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna ATM.

Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Mulyahati Renreng (2008) bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh kualitas pelayanan yang diberikan oleh ATM *Regional Center* BNI Cabang Makasar kepada nasabahnya. Alat analisis yang digunakan adalah Regresi Linear Berganda dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan nasabah pada ATM-RC berada pada kategori puas sebesar 74,5%. Sedangkan kualitas pelayanan ATM-RC ditinjau dari indikator *reliability, responsiveness, assurance, empathy*, dan *tangibles* menunjukkan kategori baik sebesar 62,8%

di mana variabel *reliability* memberikan kontribusi pengaruh yang lebih besar terhadap kepuasan nasabah dibandingkan dengan variabel *responsiveness, assurance, empathy,* dan *tangibles*.

Selanjutnya pada penelitian yang dilakukan oleh Tri Yulianto (2015) yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan ATM dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah pengguna ATM BRI. Penelitian ini menggunakan metode analisis data dengan uji analisis regresi linear berganda dengan hasil analisis data diketahui bahwa kualitas pelayanan dan kepercayaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan hasil analisis uji F diperoleh hasil f hitung sebesar 26,396 yang lebih besar dari f tabel sebesar 4,00, berarti secara bersama-sama variabel kualitas pelayanan ATM dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hasil analisis data koefisien determinasi diperoleh R *square* sebesar 0,339, berarti variasi perubahan variabel kepuasan nasabah dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan dan kepercayaan sebesar 33,9%, sedangkan sisanya sebesar 66,1% dijelaskan oleh variabel lain di luar model.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Hariyanto (2013) yang menunjukkan bahwa kepuasan nasabah dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti kemudahan kartu ATM, fasilitas kartu ATM, dan lokasi mesin ATM. Di mana ketiga faktor tersebut

menjadi variabel independen terhadap kepuasan nasabah yang menjadi variabel dependennya. Hasil penelitian dan analisis menunjukkan semua variabel yang digunakan terbukti secara bersama-sama dan parsial berpengaruh terhadap kepuasan nasabah serta faktor yang paling berpengaruh dominan terhadap kepuasan nasabah yaitu lokasi mesin ATM PT. BNI dibandingkan dengan variabel lain yang menjadi faktor kepuasan terhadap nasabah.

Pembeda antara penelitian yang akan penulis lakukan dengan penelitian terdahulu terletak pada tujuan dan arah yang dilakukan bersifat deskriptif untuk menggambarkan pengaruh dari kualitas pelayanan yang mempengaruhi kepuasan nasabah pengguna ATM. Selain itu penelitian ini dilakukan dengan menggunakan 20 komponen dari lima dimensi SERVQUAL dengan objek penelitian pada PT. BNI Syariah Cabang Banda Aceh. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah nasabah BNI Syariah yang menggunakan ATM dengan pengambilan sampelnya dilakukan dengan metode *non probability sampling* dengan teknik *convenience sampling*. Untuk lebih jelas mengenai perbedaan penelitian yang penulis lakukan dengan penelitian terdahulu dapat dilihat hubungan antara dimensi dan indikator setiap variabel pada tabel di bawah ini:

Tabel 2.2
Hubungan Variabel, Dimensi dan Indikator

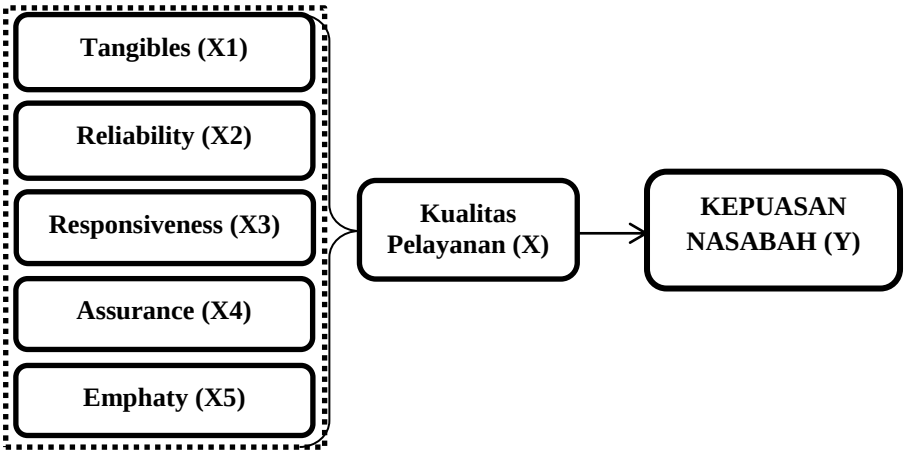
No	Variabel	Dimensi	Indikator
1	Kualitas pelayanan	1. *Tangibles*	1. Bentuk fisik ATM 2. Kelengkapan fasilitas/fitur ATM 3. Lokasi ATM 4. Kebersihan *outlet* ATM 5. Kenyamanan *outlet* ATM
		2. *Reliability*	1. ATM selalu berfungsi 2. ATM *online* 24 jam 3. Jaringan ATM bagus 4. Tarif administrasi ATM
		3. *Responsiveness*	1. Kecepatan proses transaksi 2. Kejelasan petunjuk penggunaan ATM 3. Kemudahan penggunaan ATM 4. Kemudahan proses penggantian PIN

Tabel 2.2 – Lanjutan

No	Variabel	Dimensi	Indikator
		4. *Assurance*	1. Jaminan keamanan dalam bertransaksi 2. Jaminan ketersediaan uang 3. Jaminan sistem pencatatan yang akurat 4. Jaminan *privasi* saat transaksi
		5. *Empathy*	1. Layanan konsultasi gratis mengenai ATM 24 jam 2. Pelayanan terhadap komplain 3. Kemudahan proses pemblokiran kartu ATM
2	Kepuasan Nasabah	1. Keseluruhan	1. Secara keseluruhan kualitas pelayanan ATM memuaskan
		2. Harapan	2. Kualitas pelayanan ATM sesuai dengan harapan nasabah
		3. Loyalitas	3. kualitas pelayanan yang baik dapat membentuk loyalitas nasabah.

2.7 Kerangka Berfikir

Alur pemikiran dalam penelitian akan melihat adakah terdapat pengaruh yang signifikan dari *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*, terhadap kepuasan nasabah pengguna ATM. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar 2.1 di bawah ini:



Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran

2.8 Hipotesis Penelitian

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

H_1: *Tangibles* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna ATM BNI Syariah Cabang Banda Aceh.

H_2: *Reliability* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna ATM BNI Syariah Cabang Banda Aceh.

H_3: *Responsiveness* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna ATM BNI Syariah Cabang Banda Aceh.

H_4: *Assurance* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna ATM BNI Syariah Cabang Banda Aceh.

H_5: *Empathy* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna ATM BNI Syariah Cabang Banda Aceh.

H_6: Variabel kualitas pelayanan (*Sevice quality*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna ATM BNI Syariah Cabang Banda Aceh

BAB III
METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan jenis penelitian kuantitatif (*quantitative methods*). Misbahuddin dan Hasan (2013) menyatakan bahwa analisis kuantitatif adalah analisis yang bersifat kuantitatif (angka) seperti model statistik, model matematika dan ekonometrik. Di mana hasil analisis yang disajikan dalam bentuk angka dijelaskan dan dituangkan (diinterpretasikan) dalam suatu uraian. Tujuannya untuk melihat bagaimana pengaruh kualitas pelayanan yang diterapkan oleh BNI Syariah Cabang Banda Aceh dalam mempengaruhi kepuasan nasabah pengguna ATM dengan menggunakan lima dimensi kualitas pelayanan yaitu: *tangibles, reliability, responsiveness, assurance,* dan *empathy*. Kemudian pendekatan penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan terjun langsung ke objek penelitian untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan dengan cara menyebarkan berbagai pertanyaan yang berbentuk kuesioner kepada responden (nasabah BNI Syariah Banda Aceh). Selanjutnya tujuan dan arah dalam penelitian yang digunakan bersifat deskriptif untuk menggambarkan sejauh mana tingkat kepuasan nasabah terhadap kualitas pelayanan ATM pada BNI Syariah Cabang Banda Aceh.

3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

3.2.1 Populasi Penelitian

Menurut Sugiyono (2009) populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah PT. BNI Syariah Cabang Banda Aceh yang terletak di Jl. Tgk. HM. Daud Beureueh No. 33 C Banda Aceh yang berjumlah 41.002 orang sejak pertengahan 2009 hingga Oktober 2018. Nasabah PT. BNI Syariah Cabang Banda Aceh adalah individu yang menggunakan produk simpanan dana yang berupa produk tabungan, giro dan deposito pada PT. BNI Syariah di Banda Aceh (BNI Syaiah, 2018).

3.2.2 Sampel Penelitian

Menurut Wijaya (2013) berpendapat bahwa sampel merupakan bagian dari populasi yang diambil atau ditentukan berdasarkan karakteristik dan teknik tertentu. Penentuan ukuran suatu sampel dari suatu populasi ada beberapa macam itu tergantung pada populasi yang diketahui jumlahnya dan populasi yang tidak diketahui jumlahnya (terlalu besar). Penelitian ini jumlah populasi diketahui dengan sangat jelas sehingga peneliti memakai rumus slovin untuk pengambilan jumlah sampel selain itu

rumus ini merupakan salah satu rumus yang sering digunakan dalam penelitian dengan jumlah populasi yang diketahui (Umar, 2004). Sehingga jumlah pengambilan sampelnya sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = Besarnya Sampel

N= Populasi (41.002)

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

$$n = \frac{41.002}{1 + 41.002(0,1)^2}$$

$$= 99,756\ atau\ 100\ orang$$

3.2.3 Teknik Pengambilan Sampel

Sekaran (2003) mengatakan teknik pengambilan sampel adalah cara yang dilakukan dalam memilih sejumlah sampel dari populasi yang di tuju dalam penelitian. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *non probability sampling* yaitu pengambilan sampel yang diambil dari sebuah populasi yang tidak membuka kemungkinan peluang semua individu di dalam populasi untuk menjadi sampel (Sugiama, 2008). Jenis teknik yang digunakan adalah *convenience sampling* yaitu teknik yang dalam pengambilan sampelnya tidak ditetapkan terlebih dahulu tetapi langsung mengumpulkan data dari

unit sampel yang ditemui di tempat penelitian dilakukan, setelah jumlahnya mencukupi pengumpulan data dihentikan (Nawawi, 2001). Teknik ini merupakan teknik pengambilan sampel yang dilakukan berdasarkan spontanitas.

3.3 Data dan Teknik Pengumpulan Data

3.3.1 Sumber Data

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

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

akses lewat internet dan dari sumber lainnya yang berkaitan dengan kepuasan nasabah terhadap kualitas pelayanan ATM.

3.3.2 Teknik Pengumpulan Data

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

3.4 Variabel Penelitian

3.4.1 Variabel Bebas (Independen)

Variabel bebas dalam penelitian ini kualitas pelayanan yang terdiri dari lima dimensi yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Penelitian ini menggunakan sebanyak 20

komponen dari ke lima dimensi kualitas pelayanan tersebut seperti yang telah disebutkan pada bab dua (tabel 2.2).

3.4.2 Variabel Terikat (Dependen)

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

3.5 Skala Pengukuran

Penelitian ini peneliti menggunakan skala likert yang berguna untuk mengukur sikap, pendapat, serta pengaruh dan persepsi tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2013). Skala likert digunakan untuk mengukur jawaban dari responden terhadap kuesioner yang disebarkan dengan memberikan alternatif jawaban dari 1 sampai 5 dengan ketentuan sebagai berikut:

Tabel 3.2
Skala Likert

Skor Jawaban	Makna Jawaban
1	Sangat Tidak Puas
2	Tidak Puas
3	Kurang Puas
4	Puas
5	Sangat Puas

Sumber: (Sugiyono, 2013)

3.6 Uji Coba Instrumen

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

Sebelum peneliti melakukan penyebaran kuesioner kepada para responden yang dituju, peneliti melakukan uji coba (*pilot testing*) terlebih dahulu terhadap instrument peneltian yang akan digunakan. *Pilot testing* adalah uji coba instrumen penelitian kepada bagian dari populasi yang bukan sampel untuk mengetahui instrumen tersebut dapat dipahami atau tidak oleh responden yang akan dituju (Gulo, 2007). *Pilot testing* ini dimaksudkan untuk melihat sejauh mana para responden dapat mengerti dan memahami komponen-komponen kuesioner yang akan peneliti sebarkan demi keberlangsungan penelitian.

3.6.1 Uji Validitas

Valid berarti instrumen yang digunakan dapat mengukur apa yang hendak diukur. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2011).

Uji validitas dapat dihitung dengan melakukan perbandingan antara nilai r hitung dengan nilai r tabel. Apabila r hitung lebih besar dari r tabel dan memiliki nilai positif, maka pertanyaan yang diuji dikatakan valid. Kriteria penilaian uji validitas yang digunakan tersebut yaitu:

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

3.6.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah tingkat kestabilan suatu alat pengukur dalam mengukur suatu gejala/kejadian. Semakin tinggi reliabilitas suatu alat pengukur, semakin stabil pula alat pengukur tersebut (Ghozali, 2011).

Dalam mengukur reliabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha* ($\propto$) (Ghozali, 2012). Kriteria penilaian uji reliabilitas yang digunakan tersebut yaitu:

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

3.7 Uji Asumsi Klasik

3.7.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal, Model regresi yang baik memiliki distribusi data normal atau mendekati normal (Ghozali, 2012). Dalam penelitian ini untuk menguji normal tidaknya sebuah model regresi uji normalitas yang gunakan adalah model grafik dan histogram.

Pengujian normalitas menggunakan analisa grafik dilakukan dengan menggunakan histogram, jika *histogram regression residual* membentuk kurva seperti lonceng maka nilai residual tersebut dinyatakan normal atau model regresi dinyatakan memenuhi asumsi normalitas.

3.7.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah terdapat korelasi antar variabel bebas (independen) dalam suatu model regresi. Suatu model regresi yang baik

seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel independennya. Uji multikolinearitas dapat dilakukan dengan melihat besaran dari *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance Value* dengan kriteria sebagai berikut (Ghozali, 2012):

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

3.7.3 Uji Heteroskedastisitas

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

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

3.8 Metode Analisis Data

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan melakukan analisis secara kuantitatif yang dinyatakan dengan angka-angka yang dalam perhitungannya menggunakan metode statistik dibantu dengan program pengolah data statistik yaitu IBM SPSS versi 23.

3.8.1 Statistik Deskriptif

Secara umum analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan besar kecilnya pengaruh tingkat variabel-variabel dependen dan independen dalam penelitian. Pada dasarnya yang dimaksud dengan analisis deskriptif adalah untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2014). Analisis deskriptif yang dilakukan dalam penelitian ini adalah menganalisis dan mendeskripsikan hasil data dari jawaban kuesioner yang telah disebarkan kepada para responden dalam penelitian ini.

3.8.2 Analisis Regresi Berganda

Analisis yang dilakukan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen

(Ghozali, 2011). Maka dalam penelitian ini teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis linear berganda karena teknik ini bermanfaat untuk mendeteksi pengaruh variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen).

Model persamaan regresi linear berganda yang akan diuji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y=a+b1X1+b2X2+b3X3+b4X4+b5X5+e \qquad (3.2)$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Nasabah

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi

X1 = *Tangibles*

X2 = *Reliability*

X3 = *Responsiveness*

X4 = *Assurance*

X5 = *Empathy*

e = Variabel error

3.8.2.1 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji Koefisien Determinasi (R^2) pada dasarnya digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien

determinasi adalah mulai dari nol sampai dengan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen cukup terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependennya (Ghozali, 2011).

3.9 Pengujian Hipotesis

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

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

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

3.9.1 Uji-t (Uji Parsial)

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

a. Jika t hitung > t tabel, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
b. Jika t hitung < t tabel, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

3.9.2 Uji F (Uji Simultan)

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

a. Jika F hitung > F tabel, maka H_0 ditolak dan Ha diterima.
b. Jika F hitung < F tabel, maka H_0 diterima dan Ha ditolak.

BAB IV
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.1 Sejarah Masuknya BNI Syariah di Banda Aceh

Tempaan krisis moneter tahun 1997 membuktikan ketangguhan sistem perbankan syariah. Prinsip syariah dengan 3 (tiga) pilatnya yaitu adil, transparan dan maslahat mampu menjawab kebutuhan masyarakat terhadap sistem perbankan yang lebih adil, dengan berlandaskan pada Undang-undang No.10 tahun 1998. Pada tanggal 29 April 2000 didirikan Unit Usaha Syariah (UUS) BNI dengan 5 kantor cabang di Yogyakarta, Malang, Pekalongan, Jepara dan Banjarmasin. Selanjutnya UUS BNI terus berkembang menjadi 28 Kantor Cabang dan 31 Kantor Cabang Pembantu (Website Resmi BNI Syariah, 2018).

Di samping itu nasabah juga menikmati layanan syariah di Kantor Cabang BNI Konvensional (*office channeling*) dengan lebih kurang 1500 *outlet* yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia. Di dalam pelaksanaan operasional perbankan BNI Syariah tetap memperhatikan kepatuhan terhadap aspek syariah. Dengan Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang saat ini di ketuai oleh KH. Ma’ruf Amin. Semua produk BNI Syariah telah melalui pengujian dari DPS sehingga telah memenuhi aturan syariah (Website Resmi BNI Syariah, 2018).

Berdasarkan Keputusan Gubernur Bank Indonesia Nomor 12/41/KEP.GBI/2010 tanggal 21 Mei 2010 mengenai pemberian izin usaha kepada PT. Bank BNI Syariah, dan di dalam *Corporate Plan* UUS BNI tahun 2003 ditetapkan bahwa status UUS bersifat temporer dan akan dilakukan *spin off* tahun 2009. Rencana tersebut terlaksana pada tanggal 19 Juni 2010 tidak terlepas dari faktor eksternal berupa aspek regulasi yang kondusif yaitu dengan diterbitkannya UU No.19 tahun 2008 tentang Surat Berharga Syariah Negara (SBSN) dan UU No. 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah semakin kuat dan kesadaran terhadap keunggulan produk perbankan syariah juga semakin meningkat (Website Resmi BNI Syariah, 2018).

Untuk meningkatkan pelayanan dan mendekatkan dengan masyarakat, BNI Syariah membuka Kantor Cabang di Banda Aceh. *Outlet* BNI Syariah yang ke-55 ini diresmikan oleh Sekretaris Daerah Nanggroe Aceh Darussalam (NAD), Husni Bahri Tob, bersama Direktur Usaha Kecil, Menengah, dan Syariah BNI, Achmad Baiquni, di Banda Aceh pada tanggal 23 April 2009. Sesaat setelah peresmian BNI Syariah Banda Aceh, Sekretaris Daerah Nanggroe Aceh Darussalam Bapak Husni Bahri Tob melakukan pembukaan rekening Tabungan yang di saksikan langsung Direktur Usaha Kecil, Menengah dan Syariah BNI Achmad Baiquni.

Menurut Baiquni, kehadiran Kantor Cabang BNI Syariah Banda Aceh ini merupakan komitmen BNI Syariah untuk memperluas jaringan guna menjangkau akses pasar yang lebih besar, terutama di daerah Serambi Mekkah ini. Menurut bapak Baiquni NAD merupakan pasar potensial bagi perbankan syariah sesuai dengan kultur masyarakatnya. Saat ini perbankan syariah tidak hanya diminati oleh masyarakat Muslim, tetapi non-Muslim juga telah banyak yang bergabung menjadi nasabah bank syariah.

Guna menjangkau pasar yang lebih luas, BNI Syariah akan terus mengembangkan jaringannya. Setelah Banda Aceh, BNI Syariah akan menambah *outlet*nya di Batam, Denpasar, Surabaya, Bekasi, dan kota-kota lainnya. Dengan *dual banking system*, Nasabah BNI Syariah juga bisa melakukan transaksi di Kantor Cabang BNI seluruh Indonesia beserta jaringan elektroniknya (BNI ATM dan BNI *PhonePLus*) (Laman Website Republika, 2009).

4.1.2 Visi dan Misi PT. BNI Syariah.

a. Visi BNI Syariah

   Menjadi bank syariah pilihan masyarakat dalam layanan dan kinerja.

b. Misi BNI Syariah

   1) Memberikan kontribusi positif kepada masyarakat dan peduli pada kelestarian lingkungan.

2) Memberikan solusi bagi masyarakat untuk kebutuhan jasa perbankan syariah.
3) Memberikan nilai investasi yang optimal bagi investor.
4) Menciptakan wahana terbaik sebagai tempat kebanggaan untuk berkarya dan berprestasi bagi pegawai sebagai perwujudan ibadah.
5) Menjadi acuan tata kelola perusahaan yang amanah.

4.1.3 Produk dan layanan E-Banking BNI Syariah

a. ATM

ATM merupakan layanan perbankan 24 jam yang memungkinkan nasabah untuk melakukan berbagai transaksi perbankan tanpa harus datang ke kantor cabang. Layanan ATM yang disediakan oleh BNI memiliki banyak fitur dan memberikan kemudahan, kenyamanan dan keamanan untuk nasabahnya. Berbagai transaksi dapat dilakukan nasabah melaluli ATM seperti melakukan transaksi non keuangan seperti informasi mengecek saldo rekening, melihat mutasi rekening dan mencetak rekening koran, ataupun transaksi keuangan seperti:

1) Penarikan uang tunai.
2) Pengecekan saldo tabungan.
3) Transfer antar rekening BNI Syariah.
4) Transfer antar rekening bank melalui jaringan ATM bersama.

5) Pembayaran tagihan telepon: Telkom, Kartu Halo Telkomsel, XL, Indosat.
6) Pembayaran listrik (daerah tertentu: Kalimantan Timur, Sumatra Barat, Jawa Tengah Daerah Istimewa Yogyakarta, Batam, Sulawesi Utara, Sulawesi Tengah, Gorontalo dan Kalimantan Barat).
7) Pembelian Voucher prabayar seperti: Telkomsel (Simpati dan As), Indosat (Mentari, IM3 dan StarOne), XL (bebas dan jempol). ESIA dan Telkom Flexi.
8) Pembelian Tiket Airline yaitu: Garuda, Lion Air dan Mandala.
9) Pembayaran uang kuliah berbagai universitas/institute seperti: ITB, Trisakti, Unpad, UIN Ar-raniry, Unsyiah, dan sebagainya.
10) Pembayaran berbagai tagihan Hasanah Card (kartu pembiayaan BNI Syariah).
11) Pembayaran zakat, infak dan sedekah.

b. SMS *Banking*

SMS Banking adalah layanan perbankan 24 jam yang disediakan oleh bank kepada nasabah yang mobilitasnya tinggi. Nasabah bisa melakukan transaksi perbankan melalui handphone semudah melakukan SMS ke rekan atau mitra bisnisnya. Layanan

SMS Banking memiliki banyak fitur dan memberikan kemudahan kenyamanan dan keamanan bagi nasabah.

Kemudahan yang dapat diperoleh oleh nasabah dalam melakukan berbagai transaksi seperti:

1) Transaksi non keuangan seperti mengecek saldo rekening, ataupun
2) Transaksi keuangan seperti transfer antar rekening BNI Syariah atau BNI Konvensional, pembelian voucher prabayar, pembayaran tagihan Halo Telkomsel, Flexi dan Speedy serta pembayaran tagihan Hasanah Card.

Transfer melalui SMS banking aman karena untuk melakukan transaksi keuangan, rekening tujuan transfer harus didaftarkan terlebih dahulu di kantor cabang BNI Syariah. Untuk mendapatkan fasilitas SMS Banking sangat mudah karena nasabah cukup melakukan registrasi melalui ATM (khusus transaksi non keuangan) atau datang langsung ke kantor cabang BNI Syariah untuk penggunaan transaksi keuangan.

c. Internet Banking.

Internet banking merupakan layanan perbankan 24 jam. Dengan menggunakan komputer dan terkoneksi dengan jaringan internet, nasabah sudah dapat melakukan berbagai transaksi perbankan dengan mudah, nyaman dan aman. Internet banking tidak hanya memberikan kenyamanan namun juga kemudahan

karena menu-menu pada internet banking dapat digunakan tanpa harus memiliki keterampilan khusus, serta aman karena internet banking dilengkapi dengan sistem keamanan berlapis dan nasabah akan dilengkapi dengan token (alat yang mengeluarkan angka-angka password yang selalu berganti setiap kali nasabah melakukan transaksi keuangan.

Cukup mudah untuk mendapatkan fasilitas internet banking karena nasabah hanya perlu memiliki BNIS Hasanah Card dan melakukan registrasi di ATM, khusus untuk transaksi non keuangan. Apabila nasabah ingin melakukan transaksi keuangan, nasabah hanya perlu datang ke kantor cabang syariah ataupun kantor cabang BNI terdekat untuk mendapatkan token.

d. Kartu TapCash iB Hasanah.

TapCash adalah uang elektronik pengganti uang tunai yang bisa diisi ulang. Sedangkan akrtu Tapcash iB Hasanah adalah kartu pembayaran elektronik *co-branding* antara BNI Syariah dan BNI Konvensional dengan menggunakan logo BNI Syariah dan BNI Konvensional yang diterbitkan oleh BNI Konvensional dengan desain khusus BNI Syariah, serta dipasarkan oleh BNI Syariah. Kartu Tapcash iB Hasanah dipergunakan untuk transaksi yang sesuai dengan prinsip syariah dan halal. Beberapa karakteristik dari Kartu Tapcash iB Hasanah adalah sebagai berikut:

1) Transaksi pembayaran lebih cepat (hitungan detik).
2) Menghindari uang lecek dan uang palsu.
3) Tanpa minimum transaksi.
4) Dapat dipindah tangankan.
5) Dapat diisi ulang (top up) dengan maksimal saldo Rp 1.000.000.
6) Saldo pada kartu tidak diberi bagi hasil dan tidak dijamin oleh Lembaga Penjamin Simpanan (LPS).

e. Mobile Banking.

Mobile banking merupakan layanan perbankan 24 jam yang disediakan bagi nasabah yang mobilitasnya tinggi. Nasabah dapat melakukan transaksi perbankan melalui handphone yang terkoneksi jaringan internet. Layanan Mobile Banking memiliki banyak fitur dan memberikan kemudahan, kenyamanan dan kemudahan bagi nasabah. Berbagai kemudahan yang dapat nasabah nikmati seperti melakukan berbagai transaksi non keuangan dan keuangan. Beberapa transaksi memiliki limit bertransaksi, serta berbagai kemudahan transaksi lainnya yang dapat dinikmati oleh nasabah.

f. Phone Banking

Phone banking adalah layanan perbankan 24 jam lainnya yang membuat nasabah tidak harus beranjak dari tempat duduk. *Customer Representative* bank akan membantu memberikan berbagai informasi serta melakukan transaksi untuk nasabah. Fitur

dan kemudahan yang diberikan oleh bank seperti kemudahan memperoleh informasi perbankan di antaranya: informasi produk-produk BNI syariah, Informasi nisbah atau bagi hasil produk-produk BNI Syariah, lokasi cabang BNI Syariah. Juga kemudahan dalam melakukan transaksi perbankan non keuangan seperti mengecek saldo rekening ataupun mutasi rekening. Untuk dapat memanfaatkan layanan Phone Banking, nasabah cukup melakukan proses registrasi melalui ATM (khusus untuk transaksi non keuangan).

g. Layanan Gerak

BNI Syariah terus berkembang agar dapat senantiasa hadir di sekitar nasabah beraktivitas. Untuk melayani nasabah yang berdomisili agak jauh dari Kantor Cabang BNI Syariah, kini BNI Syariah telah memiliki armada BNI Syariah Layanan Gerak yang berfungsi sebagai *One-Stop Mini-Banking* yang dengan leluasa dapat bergerak mendekati komunitas nasabah dan akan semakin memudahkan nasabah untuk melakukan transaksi perbankan yang diinginkan.

Manfaat dari Layanan Gerak yang disediakan oleh bank dapat memudahkan komunitas nasabah untuk bertransaksi perbankan tanpa harus mendatangi langsung kantor cabang BNI Syariah. Manfaat lainnya adalah Layanan Gerak juga dilengkapi BNI ATM, Terminan BNI Internet Banking, Handset untuk

menghubungi BNI Call, dan didukung oleh petugas *Customer service* dan Teller yang siap melayani aneka transaksi perbankan nasabah.

BNI Syariah Layanan Gerak hadir untuk melayani nasabah BNI Syariah sebagaimana layaknya Kantor Cabang BNI Syariah. Nasabah hanya perlu menyiapkan bukti kepemilikan rekening maupun identitas diri untuk bertransaksi melalui petugas bank di BNI Syariah.

4.2 Deskripsi Data Penelitian dan Karakteristik Responden

4.2.1 Deskripsi Data Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah BNI Syariah Cabang Banda Aceh yang terletak di Jl. Tgk. HM. Daud Beureueh No. 33 C Banda Aceh yang berjumlah 41.002 orang sejak pertengahan 2009 hingga Oktober 2018. Nasabah BNI Syariah Cabang Banda Aceh adalah individu yang menggunakan produk simpanan dana pada BNI Syariah di Banda Aceh. Sampel dalam penelitian ini diambil dari populasi yang ada sebanyak 100 orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan *convenience sampling* yaitu pengambilan sampel yang dilakukan terhadap nasabah yang dijumpai pada saat pengambilan data berlangsung.

Penyebaran kuesioner dibagikan secara langsung oleh peneliti kepada setiap responden yang dijumpai di tempat

penelitian kurang lebih selama 2 minggu, mulai dari tanggal 28 Oktober hingga 11 November 2018.

4.2.2 Karakteristik Responden

Berdasarkan kuesioner yang dibagikan kepada 100 orang nasabah, karakteristik responden dapat digambarkan sebagai berikut:

Tabel 4.1
Karakteristik Responden

Jenis Kelamin	**Frequency**	**Percent**
Laki-laki	49	49.0
Perempuan	51	51.0
Total	100	100.0
Usia	**Frequency**	**Percent**
< 20	10	10.0
21 - 30	88	88.0
31 - 40	2	2.0
> 41	0	0.0
Total	100	100.0
Pekerjaan	**Frequency**	**Percent**
Pegawai Negeri Sipil	0	0.0
Kontraktor	2	2.0
IRT	0	0.0
Wiraswasta	15	15.0
Mahasiswa	62	62.0
Lain-lain	21	21.0
Total	100	100.0

Tabel 4.1 – Lanjutan

Lama Menjadi Nasabah	Frequency	Percent
< 1 Tahun	16	16.0
1 – 2 Tahun	15	15.0
3 – 4 Tahun	33	33.0
> 4 Tahun	36	36.0
Total	100	100.0
Berapa Kali Melakukan Transaksi Melalui ATM dalam Sebulan	**Frequency**	**Percent**
1 s/d 3 Kali	50	50.0
4 s/d 7 Kali	19	19.0
8 s/d 14 Kali	15	15.0
Lebih dari 14 Kali	16	16.0
Total	100	100.0
ATM daerah manakah yang sering digunakan	**Frequency**	**Percent**
ATM Bank Pusat Jambo Tapee	4	4.0
ATM Darussalam	61	61.0
ATM Penayong	2	2.0
Lain-lain	33	33.0
Total	100	100.0

Sumber: Data Primer Diolah

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nasabah dengan jenis kelamin perempuan berjumlah lebih banyak daripada nasabah dengan jenis kelamin laki-laki yaitu 51 orang (51%) nasabah perempuan dan 49 orang (49%) nasabah laki-laki. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden penelitian ini didominasi oleh kaun perempuan.

Selanjutnya karakteristik responden berdasarkan umur terdiri dari beberapa tingkatan dengan jumlah yang berbeda-beda, yaitu: nasabah yang berusia di bawah 20 Tahun berjumlah 10 orang (10%), nasabah yang berusia antara 21 – 30 Tahun berjumlah 88 orang (88%), nasabah berusia antara 31 – 40 Tahun berjumlah 2 orang (2%), dan nasabah yang berusia di atas 41 Tahun tidak ada yang menjadi responden pada penelitian ini. Hal ini menujukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian berusia antara 21 sampai 30 Tahun.

Kemudian karakteristik responden berdasarkan pekerjaan nasabah dapat diketahui bahwa nasabah yang mempunyai pekerjaan sebagai Pegawai Negeri Sipil tidak berkontribusi menjadi responden dalam penelitian ini, dan nasabah yang bekerja sebagai kontraktor berjumlah 2 orang (2%), yang bekerja sebagai Ibu Rumah Tangga tidak berkontribusi menjadi responden, yang bekerja sebagai Wiraswasta berjumlah 15 orang (15%), dan yang memiliki identitas pekerjaan sebagai Mahasiswa berjumlah 62 orang (62%), dan nasabah yang bekerja di bidang lainnya berjumlah 21 orang (21%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas nasabah yang menjadi resonden berdasarkan latar belakang pekerjaan pada penelitian ini adalah Mahasiswa.

Selanjutnya dilihat dari karakteristik lama menjadi nasabah terdapat tingkatan hasil yang berbeda-beda seperti responden yang

baru menjadi nasabah BNI Syariah di bawah 1 Tahun berjumlah 16 orang (16%), dan responden yang telah menjadi nasabah selama 1-2 Tahun berjumlah 15 orang (15%), responden yang telah menjadi nasabah selama 3-4 Tahun berjumlah 33 orang (33%), dan responden yang telah menjadi nasabah selama lebih dari 4 Tahun berjumlah 36 orang (36%).

Kemudian dilihat dari berapa kali nasabah melakukan transaksi melalui ATM dalam sebulan diketahui bahwa nasabah yang melakukan transaksi sebanyak 1 s/d 3 kali berjumlah 50 orang (50%), dan nasabah yang melakukan transaksi sebanyak 4 s/d 7 kali berjumlah 19 orang (19%), nasabah yang melakukan transaksi sebanyak 8 s/d 14 kali berjumlah 15 orang (15%), dan nasabah yang melakukan transaksi lebih dari 14 kali dalam sebulan berjumlah 16 orang (16%). Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa nasabah yang melakukan transaksi 1 s/d 3 kali dalam sebulan memiliki jumlah yang lebih dominan daripada jumlah transaksi lainnya yaitu berjumlah sebanyak 50 orang (50%) dari 100 orang responden.

Berdasarkan daerah ATM yang sering digunakan dapat dilihat dari hasil kuesioner diketahui bahwa nasabah yang melakukan transaksi di ATM Bank Pusat Jambo Tapee memiliki jumlah sebanyak 4 orang (4%) nasabah yang melakukan transaksi di ATM daerah Darussalam berjumlah 61 orang (61%), nasabah

yang melakukan transaksi di ATM daerah Penayong berjumlah 2 orang (2%), dan nasabah yang melakukan transaksi di daerah lainnya berjumlah 33 orang (33%). Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa ATM yang sering digunakan nasabah dalam melakukan transaksi berada di daerah Darussalam.

4.3 Pengujian Instrumen

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini berupa angket/kuesioner yang akan disebar kepada para responden yang dituju. Kuesioner yang digunakan terdiri dari 20 pertanyaan dari lima variabel kualitas pelayanan dan 4 pertanyaan pada variabel kepuasana nasabah dengan kriteria penilaian menggunakan skala *likert* yang terdiri dari 1 sampai 5.

4.3.1 Pilot Test

Sebelum kuesioner penelitian disebar kepada para responden, penelitian ini terlebih dahulu melakukan *pilot testing* untuk menentukan bahwa kuesioner yang akan digunakan dapat dipahami. *Pilot testing* dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada sebanyak 30 orang nasabah yang merupakan bagian dari populasi yang bukan sampel.

Tabel 4.2
Hasil Pilot Test

Variabel	r tabel	Pearson Corelation	Keterangan
Tangibles			
T1	0,3061	0,764	**Valid**
T2	0,3061	0,852	**Valid**
T3	0,3061	0,581	**Valid**
T4	0,3061	0,731	**Valid**
T5	0,3061	0,704	**Valid**
Reliability			
R1	0,3061	0,868	**Valid**
R2	0,3061	0,804	**Valid**
R3	0,3061	0,557	**Valid**
R4	0,3061	0,536	**Valid**
Responsiveness			
RE1	0,3061	0,922	**Valid**
RE2	0,3061	0,762	**Valid**
RE3	0,3061	0,682	**Valid**
RE4	0,3061	0,814	**Valid**
Assurance			
A1	0,3061	0,863	**Valid**
A2	0,3061	0,669	**Valid**
A3	0,3061	0,817	**Valid**
A4	0,3061	0,506	**Valid**
Empathy			
E1	0,3061	0,881	**Valid**
E2	0,3061	0,795	**Valid**
E3	0,3061	0,619	**Valid**

Tabel 4.2 – Lanjutan

Variabel	r tabel	Pearson Corelation	Keterangan
Kepuasan Nasabah			
Y1	0,3061	0,701	**Valid**
Y2	0,3061	0,862	**Valid**
Y3	0,3061	0,726	**Valid**
Y4	0,3061	0,800	**Valid**

Sumber: Data Primer Diolah

Berdasarkan hasil *pilot test* pada tabel 4.2 menunjukkan bahwa setiap komponen pertanyaan yang digunakan dalam kuesioner dinyatakan *valid*, sehingga setiap pertanyaan dalam kuesioner ini dapat digunakan untuk lebih lanjut agar disebar kepada 100 responden yang menjadi sampel yang dituju dalam penelitian ini.

4.3.2 Uji Validitas

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

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

Tabel 4.3
Hasil Uji Validitas

Variabel	**r tabel**	**Pearson Corelation**	**Keterangan**
Tangibles			
T1	0,1654	0,692	**Valid**
T2	0,1654	0,754	**Valid**
T3	0,1654	0,692	**Valid**
T4	0,1654	0,732	**Valid**
T5	0,1654	0,704	**Valid**
Reliability			
R1	0,1654	0,784	**Valid**
R2	0,1654	0,801	**Valid**
R3	0,1654	0,734	**Valid**
R4	0,1654	0,489	**Valid**
Responsiveness			
RE1	0,1654	0,688	**Valid**
RE2	0,1654	0,794	**Valid**
RE3	0,1654	0,710	**Valid**
RE4	0,1654	0,809	**Valid**

Tabel 4.3 – Lanjutan

Variabel	r tabel	Pearson Corelation	Keterangan
Assurance			
A1	0,1654	0,800	**Valid**
A2	0,1654	0,806	**Valid**
A3	0,1654	0,838	**Valid**
A4	0,1654	0,776	**Valid**
Empathy			
E1	0,1654	0,836	**Valid**
E2	0,1654	0,846	**Valid**
E3	0,1654	0,733	**Valid**
Kepuasan Nasabah			
Y1	0,1654	0,866	**Valid**
Y2	0,1654	0,864	**Valid**
Y3	0,1654	0,859	**Valid**
Y4	0,1654	0,855	**Valid**

Sumber: Data Primer Diolah

Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS versi 23 untuk mengolah data dari jawaban kuesioner yang telah disebarkan kepada responden. Berdasarkan Tabel 4.3 di atas dapat diketahui bahwa setiap pertanyaan dalam instrumen yang digunakan dinyatakan *valid*. Hal ini dapat diketahui dengan membandingkan setiap nilai r hitung (*pearson corelation*) pada kolom 3 dengan r tabel pada kolom 2, dan hasilnya menunjukkan bahwa nilai r hitung (*pearson*

corelation) setiap komponen pertanyaan lebih besar daripada r tabelnya (0,1654).

4.3.3 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana kuesioner yang digunakan dapat memperlihatkan kestabilan dari hasil penelitian berikutnya dengan kondisi yang tetap. Dalam mengukur reliabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha* (∝) dengan kriteria penilaian uji reliabilitas yang digunakan yaitu:

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

Tabel 4.4
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	**Jumlah Item**	**Cronbach's Alpha**	**Keterangan**
Tangibles	6	0,781	**Reliabel**
Reliability	5	0,782	**Reliabel**
Responsiveness	5	0,797	**Reliabel**
Assurance	5	0,816	**Reliabel**
Empathy	4	0,829	**Reliabel**
Kepuasan Nasabah	5	0,831	**Reliabel**

Sumber: Data Primer Diolah

Uji reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan bantuan aplikasi SPSS versi 23. Berdasarkan Tabel 4.4 di atas dapat diketahui bahwa setiap pertanyaan dalam instrumen yang digunakan dinyatakan *reliabel*. Hal ini dapat diketahui dengan membandingkan setiap nilai *Croncbach's Alpha* dan hasilnya menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* setiap komponen pertanyaan lebih besar dari 0,60.

4.4 Analisis Statistik deskriptif

Dalam penelitian ini akan dilihat hasil analisis statistik deskriptif yang meliputi nilai minimum, maksimum, rata-rata, dan standar deviasi dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS versi 23. Variabel yang terdapat dalam penelitian ini terdiri dari dua variabel, yaitu variabel dependen dan independen. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepuasan nasabah yang diukur dengan menggunakan skala likert dengan 5 tingkatan kepuasan, sedangkan variabel independennya terdiri dari: *Tangibles* yang diukur dari 5 pertanyaan. *Reliability* yang diukur dari 4 pertanyaan. *Responsiveness* yang diukur dari 4 pertanyaan. *Assurance* yang diukur dari 4 pertanyaan. Dan *Empathy* yang diukur dari 3 pertanyaan. Berikut ini merupakan tabel hasil analisis statistik deskriptif yang diolah dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS versi 23:

Tabel 4.5
Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Tangibles	100	13,00	25,00	20,7700	2,11228
Reliability	100	6,00	20,00	16,9900	2,28961
Responsiveness	100	8,00	20,00	16,4000	2,20651
Assurance	100	8,00	20,00	16,9800	2,06452
Emphaty	100	6,00	15,00	12,2800	1,74124
Kepuasan_Nasabah	100	4,00	20,00	16,6700	2,48248
Valid N (listwise)	100				

Sumber: Data Primer Diolah

Berdasarkan Tabel di atas dapat dilihat jumlah sampel dalam penelitian berjumlah 100 orang. Komponen *tangibles* memiliki nilai minimum 13 dan nilai maksimum 25. Nilai rata-rata komponen *tangibles* sebesar 20,77 (20,77/5 item = 4,154). Nilai sebesar 4,154 ini menunjukkan bahwa rata-rata responden puas dengan kualiats layanan yaitu *tangibles* yang disediakan oleh bank dan standar deviasi pada *tangibles* adalah sebesar 2,11228.

Komponen kedua yaitu *reliability* memiliki nilai minimum sebesar 6 dan nilai maksimum sebesar 20. Nilai rata-rata yang dimiliki sebesar 16,99 (16,99/4 item = 4,2475). Nilai sebesar 4,2475 ini menunjukkan bahwa para responden rata-rata puas dengan kualitas pelayanan yaitu *reliability* yang di sediakan oleh bank dan standar deviasi yang dimiliki *reliability* sebesar 2,28961.

Komponen ketiga yaitu *responsiveness* nilai minimumnya sebesar 8 dan maksimum sebesar 20. Nilai rata-rata yang dimiliki sebesar 16,40 (16,40/4 item = 4,1). Nilai sebesar 4,1 menunjukkan bahwa rata-rata para responden puas dengan kualitas pelayanan yaitu *responsiveness* yang disediakan oleh bank dan memiliki nilai standar deviasi sebesar 2,20651.

Komponen keempat adalah *assurance* yang memiliki nilai minimum sebesar 8 dan maksimum sebesar 20. Nilai rata-ratanya sebesar 16,98 (16,98/4 item = 4,245). Nilai sebesar 4,245 menunjukkan bahwa rata-rata para responden puas dengan kualitas pelayanan yaitu *assurance* yang disediakan oleh bank dan *assurance* memiliki nilai standar deviasi sebesar 2,06452.

Komponen kelima yaitu *empathy* memiliki nilai minimum sebesar 6 dan nilai maksimum sebesar 15, nilai rata-rata yang dimiliki *empathy* sebesar 12,28 (12,28/3 item = 4,093). Nilai sebesar 4,093 menunjukkan bahwa rata-rata para responden puas dengan kualitas pelayanan yaitu *empathy* yang disediakan oleh bank dan *empathy* memiliki nilai standar deviasi sebesar 1,74124.

Komponen keenam yaitu kepuasan nasabah memiliki nilai minimum sebesar 4 dan nilai maksimum sebesar 20, nilai rata-rata yang dimiliki oleh kepuasan nasabah sebesar 16,67 (16,67/4 item = 4,1675). Niali sebesar 4,1675 menunjukkan bahwa rata-rata para responden puas dengan keseluruhan kualitas pelayanan yang

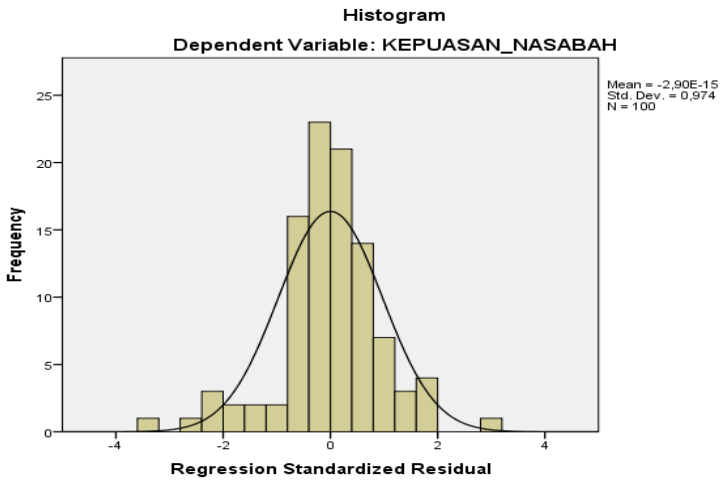
disediakan oleh bank dan kualitas pelayanan rata-rata memenuhi harapan setiap nasabah sehingga nasabah akan melakukan pembelian ulang juga melakukan rekomendasi pada pihak lain. Hal ini menunjukkan bahwa seorang nasabah dianggap kepuasannya meningkat ketika nasabah tersebut memperoleh pelayanan yang berkualitas. Komponen kepuasan nasabah memiliki standar deviasi sebesar 2,48248.

4.5 Uji Asumsi Klasik

4.5.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal, model regresi yang baik memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Dalam penelitian ini untuk menguji normal tidaknya sebuah model regresi uji normalitas yang gunakan adalah model grafik dan histogram.

Pengujian normalitas menggunakan analisa grafik dilakukan dengan menggunakan histogram, jika *histogram regression residual* membentuk kurva seperti lonceng maka nilai residual tersebut dinyatakan normal atau model regresi dinyatakan memenuhi asumsi normalitas



Sumber: Data Primer Diolah

Gambar 4.1
Grafik Hostogram

Berdasarkan gambar grafik di atas dapat dilihat bahwa *histogram regression residual* membentuk kurva seperti lonceng, sehingga hal ini menunjukkan bahwa nilai residual tersebut dinyatakan normal atau model regresi dinyatakan memenuhi asumsi normalitas.

4.5.2 Uji Multikolinearitas

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

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

Tabel 4.6
Hasil Multikolinearitas

Coefficients[a]

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	*Tangibles*	,772	1,295
	Reliability	,524	1,907
	Responsiveness	,344	2,907
	Assurance	,360	2,775
	Emphaty	,335	2,986

a. Dependent Variable: KEPUASAN_NASABAH
Sumber: Data Primer Diolah

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

4.5.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan bertujuan untuk menguji apakah terdapat ketidaksamaan *variance* dari residual suatu

pengamatan ke pengamatan yang lainnya dalam suatu model regresi. Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan uji *Glejser* dengan cara meregresikan antara variabel independen dan nilai absolut residualnya dengan kriteria sebagai berikut:

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

Tabel 4.7
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,691	1,068		2,519	,013
	Tangibles	,030	,052	,064	,576	,566
	Reliability	,054	,058	,127	,936	,352
	Responsiveness	-,113	,074	-,256	-1,527	,130
	Assurance	-,061	,077	-,128	-,784	,435
	Emphaty	-,029	,095	-,052	-,305	,761

a. Dependent Variable: AbsUi
Sumber: Data Primer Diolah

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

4.6 Analisis Regresi Berganda

Berdasarkan *output* dari pengolahan data dengan menggunakan bantuan SPSS versi 23 secara parsial pengaruh dari lima variabel independen yang meliputi *tangibles, reliability, responsiveness, assurance* dan *empathy* terhadap kepuasan nasabah dapat dilihat pada Tabel 4.8 di bawah ini:

Tabel 4.8
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2,833	1,597		-1,774	,079
	Tangibles	,287	,077	,244	3,713	,000
	Reliability	-,025	,087	-,023	-,292	,771
	Responsiveness	,292	,111	,259	2,634	,010
	Assurance	,140	,116	,116	1,209	,230
	Emphaty	,555	,142	,389	3,897	,000

a. Dependent Variable: KEPUASAN_NASABAH
Sumber: Data Primer Diolah

Berdasarkan Tabel 4.8 di atas, dapat di rumuskan persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

Kepuasan Nasabah= -2,833 + 0,287 *Tangibles* - 0,025 *Reliability* + 0,292 *Responsiveness* + 0,140 *Assurance* + 0,555 *Empathy* + e

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

a. Berdasarkan persamaan di atas, ketahui konstanta sebesar -2,833. Hal ini menunjukkan bahwa jika variabel-variabel independen diasumsikan dalam keadaan tetap, maka variabel dependen akan turun sebesar 2,833.

b. Dimensi *Tangibles* mempunyai nilai sebesar 0,287 yang berarti jika *tangibles* mengalami kenaikan 1 satuan akan menyebabkan kepuasan nasabah mengalami peningkatan sebesar 0,287.
c. Dimensi *Reliability* mempunyai nilai sebesar -0,025 yang berarti jika *reliability* mengalami kenaikan 1 satuan akan menyebabkan kepuasan nasabah mengalami penurunan sebesar 0,025.
d. Dimensi *Responsiveness* mempunyai nilai sebesar 0,292 yang berarti jika *responsiveness* mengalami kenaikan 1 satuan akan menyebabkan kepuasan nasabah mengalami peningkatan sebesar 0,292.
e. Dimensi *Assurance* mempunyai nilai sebesar 0,140 yang berarti jika *assurance* mengalami kenaikan 1 satuan akan menyebabkan kepuasan nasabah mengalami peningkatan sebesar 0,140.
f. Dimensi *Empathy* mempunyai nilai sebesar 0,555 yang berarti jika *empathy* mengalami kenaikan 1 satuan akan menyebabkan kepuasan nasabah mengalami peningkatan sebesar 0,555.

4.6.1 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R2) merupakan prediksi ke lima variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 4.9
Hasil Perhitungan Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,828[a]	,686	,670	1,42699

a. Predictors: (Constant), EMPHATY, TANGIBLES, RELIABILITY, ASSURANCE, RESPONSIVENESS

Sumber: Data Primer Diolah

Berdasarkan Tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai R^2 sebesar 0,686 yang berarti 68,6 % kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan (variabel independen), sisanya sebesar 31,4% dijelaskan oleh faktor lain di luar model.

4.7 Pengujian Hipotesis

4.7.1 Uji F (Uji Simultan)

Uji F dilakukan bertujuan untuk melihat apakah variabel independen yang dimasukkan dalam suatu model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Berikut hasil perhitungan Uji F dapat dilihat pada Tabel 4.10 di bawah ini:

Tabel 4.10
Hasil perhitungan Uji F

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	418,697	5	83,739	41,123	,000[b]
	Residual	191,413	94	2,036		
	Total	610,110	99			

a. Dependent Variable: KEPUASAN_NASABAH

b. Predictors: (Constant), EMPHATY, TANGIBLES, RELIABILITY, ASSURANCE, RESPONSIVENESS

Sumber: Data Primer Diolah

Berdasarkan Tabel di atas dapat dilihat hasil dari perhitungan Uji F di mana diperoleh nilai F hitung sebesar 41,123 dengan nilai signifikansinya sebesar 0,000, karena nilai F hitung (41,123) lebih besar dari F tabel (1,91) maka dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel independen yang meliputi *tangibles, reliability, responsiveness, assurance,*dan *empathy* memiliki pengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah.

4.7.2 Uji-t (Uji Parsial)

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

Tabel 4.11
Hasil Perhitungan Uji T

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2,833	1,597		-1,774	,079
	Tangibles	,287	,077	,244	3,713	,000
	Reliability	-,025	,087	-,023	-,292	,771
	Responsiveness	,292	,111	,259	2,634	,010
	Assurance	,140	,116	,116	1,209	,230
	Emphaty	,555	,142	,389	3,897	,000

a. Dependent Variable: KEPUASAN_NASABAH
Sumber: Data Primer Diolah

Dari Tabel 4.11 di atas dapat disimpulkan bahwa hanya tiga variabel independen yaitu *tangibles, responsiveness* dan *empathy* yang memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung lebih besar dar nilai t tabel (1,661). Sedangkan dua variabel independen lainnya (*reliability* dan *assurance*) memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah yang dibuktikan dengan nilai t hitung lebih kecil dari t tabel. Adapun pengujian Hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Pengujian Hipotesis 1

Hipotesis pertama dalam penelitian ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *tangibles* dan kepuasan nasabah dengan hasil penelitian yang dilakukan diperoleh nilai t hitung > t tabel atau 3,713 > 1,661, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama diterima.

b. Pengujian Hipotesis 2

Hipotesis kedua dalam penelitian ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *reliability* dan kepuasan nasabah dengan hasil penelitian yang dilakukan diperoleh nilai t hitung < t tabel atau -0,292 < 1,661, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua ditolak.

c. Pengujian Hipotesis 3

Hipotesis ketiga dalam penelitian ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *responsiveness* dan kepuasan nasabah dengan hasil penelitian yang dilakukan diperoleh nilai t hitung > t tabel atau 2,634 > 1,661, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga diterima.

d. Pengujian Hipotesis 4

Hipotesis keempat dalam penelitian ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *assurance* dan

kepuasan nasabah dengan hasil penelitian yang dilakukan diperoleh nilai t hitung < t tabel atau 1,209 < 1,661, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis keempat ditolak.

e. Pengujian Hipotesis 5

Hipotesis kelima dalam penelitian ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *empathy* dan kepuasan nasabah dengan hasil penelitain yang dilakukan diperoleh nilai t hitung > t tabel atau 3,897 > 1,661, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis kelima diterima.

f. Pengujian Hipotesis 6

Hipotesis keenam pada penelitian ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* dengan kepuasan nasabah. Berdasarkan tabel 4.10 diperoleh nilai F hitung > F tabel atau 41,123 > 1,91, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesisi ketujuh diterima.

4.8 Interpretasi Hasil Penelitian

4.8.1 Pengaruh Wujud fisik (*Tangibles*) Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan Tabel 4.11 dapat diketahui bahwa *tangibles* memiliki nilai t hitung sebesar 3,713 dan lebih besar dari t tabel (1,661). Dari nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa *tangibles* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Dari hasil analisis regresi linier pada Tabel 4.8 dapat dilihat bahwa tangibles memiliki pengaruh sebesar 0,287 terhadap kepuasan nasabah. Hal ini berarti jika *tangibles* dinaikkan sebesar 1 satuan akan berpengaruh pada meningkatnya kepuasan nasabah pada layanan ATM sebesar 0,287. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan nasabah dipengaruhi oleh fasilitas fisik dari ATM yang di sediakan oleh bank.

Hasil penelitian ini sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Putri Andriani (2015) yang mengatakan bahwa *tangibles* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna ATM.

4.8.2 Pengaruh Kehandalan (*Reliability*) Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan Tabel 4.11 dapat diketahui bahwa *reliability* memiliki nilai t hitung sebesar -0,292 lebih kecil dari t tabel (1,661)

yang menunjukkan hipotesis kedua ditolak. Dari nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa *reliability* memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Dari hasil analisis regresi linier pada Tabel 4.8 dapat dilihat bahwa *reliability* memiliki pengaruh sebesar -0,025 terhadap kepuasan nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan nasabah bukan dipengaruhi oleh kehandalan bank dalam memberikan pelayanan kepada nasabah pengguna ATM, melainkan karena faktor lain seperti produk yang ditawarkan berkualitas serta kemudahan penggunaan ATM yang dirasakan oleh pihak nasabah.

Hasil penelitian ini sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Putri Andriani (2015) yang mengatakan bahwa *reliability* tidak pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT Asuransi Takaful Umum Cabang Pekan Baru.

4.8.3 Pengaruh Daya Tanggap (*Responsiveness*) Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan Tabel 4.11 dapat diketahui bahwa *responsiveness* memiliki nilai t hitung sebesar 2,634 dan lebih besar dari t tabel (1,661). Dari nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa *responsiveness* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Dari hasil analisis regresi linier pada Tabel 4.8 dapat dilihat bahwa *responsiveness* memiliki pengaruh sebesar 0,292 terhadap

kepuasan nasabah. Hal ini berarti jika *responsiveness* dinaikkan sebesar 1 satuan akan berpengaruh pada meningkatnya kepuasan nasabah pada layanan sebesar 0,292. hal ini menunjukkan bahwa kepuasan nasabah dipengaruhi oleh daya tanggap dari bank terhadap kualitas pelayanan pada ATM.

Hasil penelitian ini sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Putri Andriani (2015) yang mengatakan bahwa *responsiveness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna ATM.

4.8.4 Pengaruh Jaminan (*Assurance*) Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan Tabel 4.11 dapat diketahui bahwa *assurance* memiliki nilai t hitung sebesar 1,209 lebih kecil dari t tabel (1,661). Dari nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa *assurance* memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Dari hasil analisis regresi linier pada Tabel 4.8 dapat dilihat bahwa *assurance* memiliki pengaruh sebesar 0,140 terhadap kepuasan nasabah. Hal ini berarti jika *assurance* dinaikkan sebesar 1 satuan akan berpengaruh pada meningkatnya kepuasan nasabah pada layanan ATM sebesar 0,140. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan nasabah bukan karena jaminan keamanan ATM yang disediakan oleh bank melainkan faktor lain yang berada di luar *assurance* seperti produk yang ditawarkan oleh bank memiliki

kualitas yang baik dan kemudahan penggunaan ATM yang dirasakan oleh pihak nasabah.

Hasil penelitian ini sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Dani Rohmati dan Sunan Fanani (2016) yang mengatakan bahwa *assurance* memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap kepuasan UJKS Koperasi Karyawan.

4.8.5 Pengaruh Empati (*Empathy*) Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan Tabel 4.11 dapat diketahui bahwa *empathy* memiliki nilai t hitung sebesar 3,987 dan lebih besar dari t tabel (1,661). Dari nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa *empathy* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Dari hasil analisis regresi linier pada Tabel 4.8 dapat dilihat bahwa *empathy* memiliki pengaruh sebesar 0,555 terhadap kepuasan nasabah. Hal ini berarti jika *empathy* dinaikkan sebesar 1 satuan akan berpengaruh pada meningkatnya kepuasan nasabah pada layanan ATM sebesar 0,555. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan nasabah dipengaruhi oleh jaminan keamanan ATM yang disediakan oleh bank.

Hasil penelitian ini sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Putri Andriani (2015) yang mengatakan bahwa *empathy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna ATM.

4.8.6 Pengaruh Kualitas Pelayanan (*Sevice Quality*) Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan tabel 4.10 diketahui bahwa variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dibuktikan dengan hasil perhitungan Uji F yang memiliki hasil nilai F hitung lebih besar dari F tabel atau 41,123 > 1,91, sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan yang diterapkan oleh BNI Syariah Cabang Banda Aceh pada fasilitas ATM sudah cukup baik dan memiliki pengaruh yang cukup tinggi dalam menjelaskan kepuasan nasabahnya.

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan menunjukkan bahwa pengaruh dari suatu variabel dengan variabel lainnya cukup tinggi, karena variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen sebesar 68,6% dan variabel ini memiliki pengaruh yang signifikan. Hasil ini menunjukkan bahwa kepuasan nasabah pengguna ATM BNI Syariah Cabang Banda Aceh dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan (*sevice quality*), sedangkan sisanya sebesar 31,4% dijelaskan oleh faktor lain di luar model SERVQUAL.

BAB V
PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh kualitas pelayanan ATM terhadap tingkat kepuasan nasabah pada PT. BNI Syariah Cabang Banda Aceh dengan sampel seluruh nasabah simpanan dana pada bank tersebut, hanya tiga dimensi variabel independen yang memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Adapun kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan terhadap variabel *tangibles* menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Fasilitas fisik seperti ATM mampu mempengaruhi kepuasan nasabah, karena fasilitas fisik seperti ATM merupakan sarana yang dapat menunjang operasional suatu perusahaan dalam mencapai tujuan-tujuan yang diinginkan.
2. Dengan menggunakan uji yang sama pada variabel *reliability* menujukkan bahwa terdapat pengaruh yang tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah. Perusahaan yang dapat diandalkan memiliki pengaruh yang baik terhadap kepuasan nasabah karena pada dasarnya akan mempengaruhi minat nasabah untuk terus menggunakan

produk dan jasa dari perusahaan tersebut. Namun kehandalan perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada nasabah tidak mempengaruhi kepuasan nasabah pengguna ATM. Kepuasan nasabah merupakan hal yang sangat penting bagi keberlangsungan suatu usaha yang dapat dilakukan dengan memberikan pelayanan dan menawarkan produk yang berkualitas serta kemudahan pada penggunaan fasilitas.

3. Selanjutnya pada pengujian variabel *responsiveness* menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna ATM. Ketanggapan karyawan dalam melayani nasabah dan membantu mengatasi masalah dan keluhan nasabah sangat berperan penting dalam memenuhi kepuasan nasabah.
4. Sedangkan pada pengujian yang dilakukan pada variabel *assurance* menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna ATM. Unsur *assurance* di sini menujukkan bahwa kemampuan perusahaan dalam menumbuhkan rasa percaya nasabah tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah. Menumbuhkan kepercayaan pada nasabah merupakan hal penting bagi perusahaan, hal tersebut dalam dilakukan dengan memberikan keamanan pada setiap

fasilitas yang disediakan seperti ATM sehingga dapat memberikan kepuasan pada nasabah.

5. Kemudian pada pengujian variabel *empathy* menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna ATM. Kemampuan perusahaan dalam berkomunikasi dengan nasabah dan memahami apa yang dibutuhkan oleh nasabah merupakan hal penting dalam meningkatkan kepuasan nasabah.
6. Berdasarkan perhitungan uji F atau perhitungan secara simultan diperoleh bahwa kualitas pelayanan yang terdiri dari *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* secara bersama-sama berpengaruh sigifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna ATM BNI Syariah Cabang Banda Aceh.
7. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa kepuasan nasabah pengguna ATM hampir sepenuhnya dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan. Hal ini dibuktikan dari perhitungan koefisien determinasi dengan nilai R *square* sebesar 68,6%. Ini artinya kepuasan nasabah hanya dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan sebesar 68,6 %, selebihnya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian ini.

5.2 Saran

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

1. Dalam rangka meningkatkan kualitas pelayanan guna mempertahankan dan meningkatkan kepuasan nasabah, sebaiknya PT. BNI Syariah Cabang Banda Aceh perlu memperhatikan beberapa item hasil yang telah diuji dalam penelitian ini, agar bank dapat mengevaluasi kembali kinerja karyawannya dalam memberikan pelayanan yang baik dan berkualitas serta memberikan kenyamanan dan keamanan bagi nasabah dalam bertransaksi, karena dalam penelitian ini kontribusi kepuasan paling rendah terdapat pada dimensi *reliability* dan *assurance.*
2. Kemudian untuk penelitian selanjutnya diharapkan agar menyempurnakan penelitian ini dengan meneliti kembali dan mengganti item pada pertanyaan variabel yang hasilnya tidak signifikan sehingga setiap variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna ATM.

DAFTAR PUSTAKA

Sugiama, Aceng Gima. 2008. Metode Riset Bisnis dan Manajemen. Bandung: Guardaya Intimarta.

Al-Quran dan Terjemahannya, Departemen Agama, Semarang: Toha Putera, 1989.

BNI Syariah, Data dan Wawancara, Banda Aceh: 2018

Berry, Leonard L dan A. Parasuraman 1997. Listening to the Customer: The Concept of a Service-Quality Information System. *Sloan Management Review.*

Databoks, katadataindonesia .https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/02/09/aset-bank-syariah-tembus-rp-400-triliun. Akses tanggal 8 November 2017.

Djoni S. Gozali, Rachmad Usaman. 2010. Hukum Perbankan. Jakarta: Sinar Grafika

Eny Kustiyah dan Dewi Wahyuningsih. 2014: Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Transaksi e-banking Pada Bni Slamet Riyadi Solo.

Gaspersz, Vincent. 1997. *Manajemen Kualitas*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

_____. 2005. *Sistem Manajemen Kinerja Terintegrasi Balanced Scorecard Dengan Six Sigma Untuk Organisasi Bisnis dan Pemerintah*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Ghozali, Imam. 2011. *Model Persamaan Struktural, Konsep Dan Aplikasi Dengan Program Amos 19.0*. Semarang: Universitas Diponegoro.

_____. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Yogyakarta: Universitas Diponegoro.

Grace, Diana dan Novander. 2017. Analisis Pengaruh Automatic Teller Machine Dan Short Message Service Banking Terhadap Kepuasan Nasabah. *Jurnal Elektronik Sistem Informasi Dan Komputer*. Vol.3, No.1.

Gujarati, Damodar. 2003. *Ekonomi Dasar*. Terjemah: Sumarno Zain, Jakarta: Erlangga.

Gulo. W. 2007. *Metodologi Penelitian*. Jakarta : Grasindo.

Husein, Umar. 2004. *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis.* Cet ke 6. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Janie, D. N. A. (2012). *Statistika Deskriptif & Regresi Linier Berganda dengan SPSS. Jurnal, April*.

Koswara, Siti Rohmah, dkk. (2014) : *Pengaruh Kualitas pelayanan Jasa Perbankan Secara Online Melalui Internet Banking Terhadap Loyalitas Nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Rancaekek. Prosiding Keuangan dan Perbankan Syariah.*

Kotler, Philip. 1999. *Kotler on Marketing: How to Create, Win, and Dominate Markets.* New York, NY: Free Press.

_____.2002. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Pearson Education Asia dan Prenhallindo.

_____.2005. *Manajemen Pemasarab Jilid 1 (11th ed.)(Benyamin Molan, Penerjemah)*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Latumaerissa, Julius R. 2011. Bank dan Lembaga Keuangan Lain. Jakarta : Salemba Empat.

Lipis, Allen H. 2003. Perbankan Elektronik. Jakarta: Rhinneka Cipta.

Nawawi, Hadari. 2001. *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Bisnis yang Kompetitif*. Cetakan keempat. Yogyakarta: Gadjah Mada Universitas Press.

Parasuraman, Berry dan Zeithaml. 1994. *Sevice Quality: A Multiple Item Scale For Measuring Consumer Perception Of Sevice Quality*.

_____. 1995. *Delivery Quality Service, Balancing Customer Perception and Expectation*. New York: The Free Press, A Division of Macmillan.

Santoso. Singgih. 2010. *Statistik Multivariat*. Jakarta: PT Gramedia.

_____ dan Tjiptono. 2001. *Riset Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.

Sekaran, Uma. 2003. *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA.

_____. 2014. *Metode Penelitian Manajemen. Bandung*: Alfabeta.

Sumarni, Murti. *Manajemen Pemasaran Bank*. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta. 2011

Sumarwan, Ujang. 2004. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia

Tjiptono, F. 2000. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andi Ofset.

_____ dan Chandra, G. 2005. *Sevice quality And Satisfaction*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta.

_____. 2009. *Service Marketing: Esensi & Aplikasi*, Yogyakarta: Marknesis.

_____. 2011. *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Yogyakarta : Andi Ofset.

Undang Undang Republik Indonesia Nomor 21 tahun 2008 tentang *Perbankan Syariah.*

Widiyono. 2006 Bank dan Manajemen Perbankan. Jakarta: Indeks.

Wijaya, Tony. (2013). *Metode Penelitian Ekonomi Dan Bisnis Teori Dan Praktik*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

www.bnisyariah.co.id/id-id/perusahaan/tentangbnisyariah/sejarah. Akses tanggal 2 November 2018.

www.republika.co.id/berita//no-channel/09/04/25/46034-bni-syariah-hadir-di-kota-banda-aceh. Akses tanggal 3 November 2018

www.bnisyariah.co.id/id-id/perusahaan/tentangbnisyariah/sejarah. Akses tanggal 2 November 2018.

www.bank.web.id. Akses tanggal 17 Juli 2018.

Zeithaml, Berry dan Parasuraman. 1993. The Nature and Determinants of Customer Expectations of Service. *Journal of the Academy of Marketing Science.*

_____. 1996. Measuring The Quality of Relationship In Customer service *:* An Empirical Study. *European Journal of Marketing*.

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH - 2018

Kepada :

Yth. Nasabah

PT. BNI Syariah

Cabang Banda Aceh

Assalamu'alaikum Wr.wb.

Dalam rangka menyelesaikan tugas akhir (skripsi) yang berjudul analisa tingkat kepuasan nasabah terhadap kualitas pelayanan *Automatic Teller Machine* (ATM) pada PT. BNI Syariah Cabang Banda Aceh, maka saya bermaksud mengadakan penelitian untuk mengetahui tingkat kepuasan nasabah terhadap kualitas pelayanan ATM yang disediakan oleh BNI Syariah Cabang Banda Aceh. Oleh karena itu saya memohon dengan hormat kepada Bapak/Ibu/Saudara/i untuk menjawab beberapa pertanyaan yang telah disediakan sesuai dengan kenyataan yang ada.

Adapun data peneliti adalah sebagai berikut:

Nama : Hera Afrillia

NIM : 140603006

Jurusan : Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

(lanjutan)

Mengingat penelitian ini semata-mata untuk kepentingan akademik, saya mengharap jawaban yang sejujur-jujurnya sesuai dengan pendapat Bapak/Ibu/Saudara/i. Sesuai dengan kode etik penelitian, saya akan menjamin kerahasiaan identitas dari hasil kuesioner ini.

Saya ucapkan terima kasih atas kerja sama dan bantuan Bapak/Ibu/Saudara/i, karena tanpa bantuannya, penelitian ini tidak akan dapat diselesaikan.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Banda Aceh. 23 September 2018

Hormat Saya,

Hera Afrillia

IDENTITAS RESPONDEN

NASABAH BANK BNI SYARIAH CABANG BANDA ACEH

Petunjuk Pengisian Kuesioner :

1. Tulislah terlebih dahulu identitas anda pada kolom yang sudah di sediakan.
2. Berilah tanda (√) pada tempat yang tersedia sesuai dengan identitas data diri di bawah ini.

1. Nama: (Boleh diisi atau tidak)
2. Jenis Kelamin: ( ) Laki-laki ( ) Perempuan
3. Umur: ( ) < 20 tahun ( ) 21-30 tahun
   ( ) 31-40 tahun ( ) > 41 tahun
4. Pekerjaan: ( ) Pegawai Negeri Sipil ( ) Wiraswasta
   ( ) Kontraktor ( ) Mahasiswa
   ( ) IRT ( ) Lain-lain
5. Lama Menjadi Nasabah :
   ( ) < 1 tahun ( ) 1-2 tahun
   ( ) 3-4 tahun ( ) > 4 tahun

6. Berapa kali anda melakukan transaksi melalui ATM dalam sebulan :

( ) 1 s/d 3 kali ( ) 8 s/d 14 kali

( ) 4 s/d 7 kali ( ) lebih dari 14 kali

7. ATM daerah manakah yang sering anda gunakan :

( ) ATM Bank Pusat jambo tapee

( ) ATM Darussalam

( ) ATM Penayong

( )..... (di isi sendiri)

Jawablah pertanyaan-pertanyaan yang ada di bawah ini mengenai persepsi anda masing-masing terhadap kualitas pelayanan *Automatic Teller Machine* (ATM) yang disediakan oleh PT. BNI Syariah Cabang Banda Aceh dengan memberikan tanda centang (√) pada pilihan yang tersedia dengan keterangan sebagai berikut :

1 : Sangat Tidak Puas (STP)
2 : Tidak Puas (TP)
3 : Kurang Puas (KP)
4 : Puas (P)
5 : Sangat Puas (SP)

KUESIONER PENELITIAN

KUALITAS PELAYANAN

NO	PERTANYAAN	Jawaban				
		STP	TP	KP	P	SP
TANGIBLES (Wujud fisik)						
1	Seberapa puas anda menggunakan ATM					
2	Seberapa puas anda dengan fitur-fitur yang tersedia dimesin ATM yang sesuai dengan kebutuhan anda					
3	Seberapa puas anda dengan lokasi mesin ATM yang strategis dan mudah dijangkau					
4	Seberapa puas anda dengan ruangan dan mesin ATM yang bersih dan terawat					
5	Seberapa puas anda dengan tersedianya tempat sampah dalam ruangan mesin ATM					
RELIABILITY (Kehandalan)						
1	Seberapa puas anda dengan mesin ATM yang berfungsi dengan baik					
2	Seberapa puas anda ketika tidak adanya gangguan jaringan pada saat melakukan transaksi					
3	Seberapa puas anda dengan tidak adanya biaya tambahan saat bertransaksi ke bank konvensional					
4	Seberapa puas anda ketika memperoleh bukti print atau struk laporan transaksi					

NO	PERTANYAAN	Jawaban				
		STP	TP	KP	P	SP
RESPONSIVENESS (Daya Tanggap)						
1	Seberapa puas anda dengan transaksi penarikan tunai pada mesin ATM yang selalu cepat					
2	Seberapa puas anda dengan penggunaan mesin ATM yang mudah dan tidak berbelit-belit					
3	Seberapa puas anda dengan pemberitahuan tertulis/tidak tertulis kepada anda apabila mesin ATM tidak dapat digunakan					
4	Seberapa puas anda dengan pelayanan petugas yang cepat ketika menanggapi masalah dalam pengoperasian mesin ATM					
ASSURANCE (Jaminan)						
1	Seberapa puas anda dengan jaminan keamanan yang diberikan oleh BNI Syariah					
2	Seberapa puas anda dengan selalu tersedianya uang pada mesin ATM ketika anda bertransaksi					
3	Seberapa puas anda dengan sistem keamanan pada mesin ATM yang menjamin tindak pencurian PIN ATM dengan penutup di sisi kiri kanan tombol ATM					
4	Seberapa puas anda dengan tersedianya kamera pengawas (CCTV) pada lokasi ATM					

NO	PERTANYAAN	Jawaban				
		STP	TP	KP	P	SP
EMPHATY (Empati)						
1	Seberapa puas anda dengan petugas yang menanggapi keluhan anda dengan baik dan cepat					
2	Seberapa puas anda dengan kemudahan proses pemblokiran kartu ATM					
3	Seberapa puas anda dengan kualitas pelayanan ATM yang disediakan bank sehingga anda akan merekomendasikan bank ini kepihak lain					
KEPUASAN NASABAH						
1	Seberapa puas anda dengan kualitas pelayanan dari ATM yang disediakan pihak bank					
2	Seberapa puas anda dengan kualitas pelayanan dari ATM karena sesuai dengan harapan anda					
3	Seberapa puas anda dengan kualitas pelayanan ATM yang disediakan bank sehingga anda akan melakukan transaksi lagi dikemudian hari					
4	Seberapa puas anda dengan kualitas pelayanan ATM yang disediakan bank sehingga anda akan merekomendasikan bank ini ke pihak lain					

Lampiran 2 Jawaban Responden

No	Tangibles					Reliability				Responsiveness			
	T1	T2	T3	T4	T5	R1	R2	R3	R4	RE1	RE2	RE3	RE4
1	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4
2	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5
5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5
6	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	3	4
7	3	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	3	3
8	4	4	4	4	3	5	3	4	5	4	4	5	3
9	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	3
10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
11	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4
12	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
13	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
15	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
16	3	3	4	4	4	2	2	4	4	2	2	2	2
17	2	3	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4
18	4	4	4	3	4	4	3	5	4	4	4	4	4
19	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3
20	4	5	3	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4
21	4	5	4	4	4	4	3	5	4	5	5	4	4
22	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4
23	4	5	5	5	5	3	4	4	4	4	5	2	4
24	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4
25	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
26	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4
27	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	3	5	4

No	Tangibles					Reliability				Responsiveness			
	T1	T2	T3	T4	T5	R1	R2	R3	R4	RE1	RE2	RE3	RE4
28	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4
29	2	3	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4
30	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	3
31	4	4	3	5	5	4	1	2	5	4	4	1	3
32	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
34	4	4	5	4	5	4	3	4	4	5	4	3	5
35	5	4	4	5	4	4	4	3	5	5	5	5	5
36	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
37	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4
38	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	3	3
39	4	5	3	4	4	3	2	4	4	4	5	4	5
40	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
41	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3
42	4	4	3	3	4	2	1	3	5	4	1	1	2
43	4	4	5	5	5	4	3	5	3	4	4	3	3
44	5	4	4	4	4	4	3	3	4	4	5	4	4
45	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	3	5
46	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
47	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5
48	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
49	5	4	4	5	4	5	1	4	5	5	4	1	3
50	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	3	4
51	4	4	4	3	4	4	4	5	5	4	4	3	3
52	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4
53	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
54	5	5	3	4	4	5	1	5	5	5	5	3	4
55	4	4	3	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4

No	Tangibles					Reliability				Responsiveness			
	T1	T2	T3	T4	T5	R1	R2	R3	R4	RE1	RE2	RE3	RE4
56	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5
57	3	3	4	3	4	2	4	2	5	5	5	4	5
58	4	3	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4
59	4	4	4	5	4	4	3	5	5	4	4	3	4
60	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
61	4	4	5	4	4	4	4	1	5	4	4	4	4
62	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	3	4
63	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	3	4
64	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
65	3	3	1	3	3	4	4	4	4	4	4	3	2
66	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4
67	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	3	5
68	4	4	3	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4
69	5	4	4	4	3	4	5	4	3	5	4	3	3
70	4	4	3	3	3	4	5	5	4	5	5	4	4
71	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
72	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4
73	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5
74	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
75	5	4	5	3	5	5	5	3	5	5	4	3	4
76	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
77	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4
78	4	4	3	4	4	4	4	5	5	5	5	3	3
79	4	4	3	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4
80	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
81	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
82	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

No	Tangibles					Reliability				Responsiveness			
	T1	T2	T3	T4	T5	R1	R2	R3	R4	RE1	RE2	RE3	RE4
83	5	5	4	3	4	3	4	4	5	5	5	4	1
84	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4
85	5	4	4	4	5	1	1	2	2	2	3	3	2
86	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5
87	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
88	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4
89	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4
90	4	4	4	4	4	4	3	5	5	5	5	4	4
91	4	3	4	4	4	5	2	3	5	5	4	4	2
92	4	4	4	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5
93	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
94	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5
95	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
96	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5
97	4	4	4	5	4	4	3	3	4	4	5	5	4
98	4	3	4	5	4	5	5	5	4	5	3	3	4
99	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
100	4	4	3	4	4	5	5	4	4	4	4	3	3

No	Assurance				Emphaty			Kepuasan Nasabah			
	A1	A2	A3	A4	E1	E2	E3	Y1	Y2	Y3	Y4
1	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5
2	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4
5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
7	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	3
8	3	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4
9	3	4	3	5	3	4	3	3	4	3	4
10	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
11	5	5	4	5	3	5	4	4	4	4	2
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
15	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
16	2	4	2	4	2	2	4	4	2	4	2
17	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
18	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4
19	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5
20	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
21	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4
22	4	5	4	3	3	4	5	3	4	5	4
23	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5
24	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4
25	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
26	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5
27	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	3
28	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	2
29	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4

No	Assurance				Emphaty			Kepuasan Nasabah			
	A1	A2	A3	A4	E1	E2	E3	Y1	Y2	Y3	Y4
30	3	4	3	5	4	3	4	4	4	5	4
31	4	4	4	5	4	3	3	4	4	4	4
32	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
34	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4
35	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5
36	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
37	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5
38	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3
39	4	4	3	4	1	4	4	4	3	4	5
40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
41	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4
42	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1
43	4	3	4	5	3	3	4	4	4	4	4
44	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4
45	3	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4
46	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5
47	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
49	3	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4
50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
51	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4
52	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
53	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
54	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
55	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4
56	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5

No	Assurance				Emphaty			Kepuasan Nasabah			
	A1	A2	A3	A4	E1	E2	E3	Y1	Y2	Y3	Y4
57	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4
58	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
59	5	3	4	5	3	2	4	2	4	3	3
60	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
61	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
62	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5
63	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5
64	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
65	4	4	4	5	3	3	3	2	2	3	2
66	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5
67	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5
68	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5
69	4	4	3	5	5	3	3	4	3	3	3
70	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5
71	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
72	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
73	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
74	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
75	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5
76	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
77	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4
78	5	5	5	5	3	4	5	4	4	4	4
79	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
80	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
81	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4
82	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
83	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5

No	Assurance				Emphaty			Kepuasan Nasabah			
	A1	A2	A3	A4	E1	E2	E3	Y1	Y2	Y3	Y4
84	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4
85	3	4	3	3	4	4	3	2	4	4	3
86	3	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4
87	4	4	4	4	3	4	4	3	4	5	4
88	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
89	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5
90	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4
91	4	2	3	2	3	4	3	5	4	4	5
92	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
93	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
94	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5
95	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4
96	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4
97	4	4	5	5	4	3	3	4	4	4	4
98	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4
99	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
100	3	3	4	5	3	3	4	3	3	4	3

Lampiran 3 Uji Coba Instrumen

1. Uji Validitas

Validitas Tangibles

Correlations

		T1	T2	T3	T4	T5	TANGIBLES
T1	Pearson Correlation	1	,595**	,280**	,346**	,254*	,692**
	Sig. (2-tailed)		,000	,005	,000	,011	,000
	N	100	100	100	100	100	100
T2	Pearson Correlation	,595**	1	,332**	,403**	,426**	,754**
	Sig. (2-tailed)	,000		,001	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
T3	Pearson Correlation	,280**	,332**	1	,375**	,416**	,692**
	Sig. (2-tailed)	,005	,001		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
T4	Pearson Correlation	,346**	,403**	,375**	1	,467**	,732**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
T5	Pearson Correlation	,254*	,426**	,416**	,467**	1	,704**
	Sig. (2-tailed)	,011	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100
TANGIBLES	Pearson Correlation	,692**	,754**	,692**	,732**	,704**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Validitas Reliability

Correlations

		R1	R2	R3	R4	RELIABILITY
R1	Pearson Correlation	1	,488**	,437**	,334**	,784**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,001	,000
	N	100	100	100	100	100
R2	Pearson Correlation	,488**	1	,437**	,153	,801**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,130	,000
	N	100	100	100	100	100
R3	Pearson Correlation	,437**	,437**	1	,154	,734**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,126	,000
	N	100	100	100	100	100
R4	Pearson Correlation	,334**	,153	,154	1	,489**
	Sig. (2-tailed)	,001	,130	,126		,000
	N	100	100	100	100	100
RELIABILITY	Pearson Correlation	,784**	,801**	,734**	,489**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100

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

Validitas Responsiveness

Correlations

		RE1	RE2	RE3	RE4	RESPONSIVENESS
RE1	Pearson Correlation	1	,569**	,208*	,446**	,688**
	Sig. (2-tailed)		,000	,038	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
RE2	Pearson Correlation	,569**	1	,379**	,514**	,794**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
RE3	Pearson Correlation	,208*	,379**	1	,419**	,710**
	Sig. (2-tailed)	,038	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100
RE4	Pearson Correlation	,446**	,514**	,419**	1	,809**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100
RESPONSIVENESS	Pearson Correlation	,688**	,794**	,710**	,809**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100

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

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Validitas Assurance

Correlations

		A1	A2	A3	A4	ASSURANCE
A1	Pearson Correlation	1	,500**	,629**	,429**	,800**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
A2	Pearson Correlation	,500**	1	,555**	,530**	,806**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
A3	Pearson Correlation	,629**	,555**	1	,545**	,838**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100
A4	Pearson Correlation	,429**	,530**	,545**	1	,776**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100
ASSURANCE	Pearson Correlation	,800**	,806**	,838**	,776**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100

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

Validitas Emphaty

Correlations

		E1	E2	E3	EMPHATY
E1	Pearson Correlation	1	,573**	,403**	,836**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100
E2	Pearson Correlation	,573**	1	,446**	,846**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100
E3	Pearson Correlation	,403**	,446**	1	,733**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100
EMPHATY	Pearson Correlation	,836**	,846**	,733**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100

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

Validitas Kepuasan Nasabah

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	KEPUASAN_NASABAH
Y1	Pearson Correlation	1	,680**	,665**	,630**	,866**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	,680**	1	,684**	,632**	,864**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	,665**	,684**	1	,644**	,859**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100
Y4	Pearson Correlation	,630**	,632**	,644**	1	,855**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100
KEPUASAN_NASABAH	Pearson Correlation	,866**	,864**	,859**	,855**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100

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

2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas Tangibles

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,781	6

Uji Reliabilitas Reliability

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,782	5

Uji Reliabilitas Responsiveness

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,797	5

Uji Reliabilitas Assurance

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,816	5

Uji Reliabilitas Emphaty

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,829	4

Uji Reliabilitas Kepuasan Nasabah

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,831	5

Lampiran 4 Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Range	Minimum	Maximum	Mean		Std. Deviation	Variance
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Statistic
Tangibles	100	12,00	13,00	25,00	20,7700	,21123	2,11228	4,462
Reliability	100	14,00	6,00	20,00	16,9900	,22896	2,28961	5,242
Responsiveness	100	12,00	8,00	20,00	16,4000	,22065	2,20651	4,869
Assurance	100	12,00	8,00	20,00	16,9800	,20645	2,06452	4,262
Emphaty	100	9,00	6,00	15,00	12,2800	,17412	1,74124	3,032
Kepuasan_Nasabah	100	16,00	4,00	20,00	16,6700	,24825	2,48248	6,163
Valid N (listwise)	100							

Lampiran 5 Pengujian Hipotesis

1. Uji Simultan (Uji F)

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	418,697	5	83,739	41,123	,000[b]
	Residual	191,413	94	2,036		
	Total	610,110	99			

a. Dependent Variable: KEPUASAN_NASABAH

b. Predictors: (Constant), EMPHATY, TANGIBLES, RELIABILITY, ASSURANCE, RESPONSIVENESS

2. Uji Parsial (Uji T)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2,833	1,597		-1,774	,079
	Tangibles	,287	,077	,244	3,713	,000
	Reliability	-,025	,087	-,023	-,292	,771
	Responsiveness	,292	,111	,259	2,634	,010
	Assurance	,140	,116	,116	1,209	,230
	Emphaty	,555	,142	,389	3,897	,000

a. Dependent Variable: KEPUASAN_NASABAH

Lampiran 6 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	TANGIBLES	,772	1,295
	RELIABILITY	,524	1,907
	RESPONSIVENESS	,344	2,907
	ASSURANCE	,360	2,775
	EMPHATY	,335	2,986

a. Dependent Variable: KEPUASAN_NASABAH

2. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,691	1,068		2,519	,013
	Tangibles	,030	,052	,064	,576	,566
	Reliability	,054	,058	,127	,936	,352
	Responsiveness	-,113	,074	-,256	-1,527	,130
	Assurance	-,061	,077	-,128	-,784	,435
	Emphaty	-,029	,095	-,052	-,305	,761

a. Dependent Variable: AbsUi

Lampiran 7 Metode Analisis Data

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients[a]

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-2,833	1,597		-1,774	,079
Tangibles	,287	,077	,244	3,713	,000
Reliability	-,025	,087	-,023	-,292	,771
Responsiveness	,292	,111	,259	2,634	,010
Assurance	,140	,116	,116	1,209	,230
Emphaty	,555	,142	,389	3,897	,000

a. Dependent Variable: KEPUASAN_NASABAH

2. Koefisien Determinasi (R2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,828[a]	,686	,670	1,42699

a. Predictors: (Constant), EMPHATY, TANGIBLES, RELIABILITY, ASSURANCE, RESPONSIVENESS

RIWAYAT HIDUP

Nama lengkap	: Hera Afrillia
Jenis kelamin	: Perempuan
Tempat/Tanggal lahir	: Kedai Runding/25 April 1996
Status	: Belum Kawin
Warga Negara	: Indonesia
Agama	: Islam
Alamat	: Kedai Runding, Kluet Selatan, Aceh Selatan
Nomor Telepon	: 082274259087
Email	: heraafrillia@gmail.com
Orang Tua/Wali	
Ayah	: (Alm) Muhammaddan
Pekerjaan	: -
Ibu	: Ratna Yamin
Pekerjaan	: Ibu Rumah Tangga
Riwayat Pendidikan	
MIN Suak Bakong	: Berijazah Tahun 2008
MTsS Kedai Runding	: Berijazah Tahun 2011
MAN Kluet Selatan	: Berijazah Tahun 2014
UIN Ar-Raniy Banda Aceh	: Berijazah Tahun 2019

Banda Aceh, 25 Okktober 2018

Hera Afrillia