

SKRIPSI

**ANALISIS TINGKAT KUALITAS PELAYANAN
CUSTOMER SERVICE TERHADAP KEPUASAN NASABAH
(Studi Kasus pada Bank Syariah Mandiri Kantor
Cabang Pembantu Darussalam)**



Disusun Oleh:

**ALVI NASLIA
NIM. 140603088**

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

SKRIPSI

**ANALISIS TINGKAT KUALITAS PELAYANAN
CUSTOMER SERVICE TERHADAP KEPUASAN NASABAH
(Studi Kasus pada Bank Syariah Mandiri Kantor
Cabang Pembantu Darussalam)**



Disusun Oleh:

**ALVI NASLIA
NIM. 140603088**

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

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan di bawah ini

Nama : Alvi Naslia
NIM : 140603088
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini, saya:

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

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggung jawabkan 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, 20 Desember 2018

Yang Menyatakan



Alvi Naslia
Alvi Naslia

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

SKRIPSI

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

Dengan Judul:

**Analisis Tingkat Kualitas Pelayanan *Customer Service* terhadap
Kepuasan Nasabah
(Studi Kasus pada Bank Syariah Mandiri Kantor
Cabang Pembantu Darussalam)**

Disusun Oleh:

Alvi Naslia
NIM. 140603088

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,

Dr. Israk Ahmadsyah, B.Ec., M.Ec., M.Sc Ikhsan Fajri, S.Hi., M.A
NIP. 19720907 200003 1 001 NIDN. 1327048901

Mengetahui

Ketua Program Perbankan Syariah, 

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

**LEMBAR PENGESAHAN SEMINAR HASIL
SKRIPSI**

Alvi Naslia
NIM: 140603088

Dengan Judul:

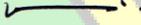
**Analisis Tingkat Kualitas Pelayanan *Customer Service* terhadap
Kepuasan Nasabah
(Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri KCP Darussalam)**

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

Pada Hari/Tanggal : Kamis, 10 Desember 2018 M
3 Rabiul Awal 1440 H

Banda Aceh
Tim Penilai Seminar Hasil Skripsi

Ketua,


Dr. Israk Ahmadsyah, B.Ec., M.Ec., M.Sc
NIP: 19720906 200003 1 001

Sekretaris,


Ikhsan Fajri, S.Hi., M.A
NIDN: 1327048901

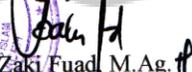
Penguji I,


Prof. Dr. Nazaruddin A. Wahid, M.A
NIP: 19561231 198703 1 031

Penguji II,


Isnahana, S.Hi., M.A
NIDN: 2029099003

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


Dr. Zaki Fuad, M.Ag.
NIP: 19640314 199203 1 003





**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 bertandatangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Alvi Naslia
NIM : 140603088
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
E-mail : alvi.naslia22@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:

Analisis Tingkat Kualitas Pelayanan *Customer Service* terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus: Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Darussalam)

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

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

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh
Pada tanggal : 20 Desember 2018

Mengetahui,
Pembimbing I

Pembimbing II

Penulis

Alvi Naslia
NIM: 140603088

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

Ikhsan Fajri, S.Hi., MA
NIDN: 132704890

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr, Wb.

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya dan juga telah memberikan petunjuk serta kekuatan sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang sederhana ini. Tidak lupa pula penulis memanjatkan shalawat beserta salam kepada Rasulullah Muhammad SAW serta para sahabat dan keluarga beliau yang telah merubah akhlak dan perilaku umat manusia dari alam jahiliyah ke alam yang islamiah seperti sekarang ini. Skripsi ini diselesaikan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Strata Satu (1) Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh dengan judul: “Analisis Tingkat Kualitas Pelayanan *Customer Service* terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus: Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Darussalam”. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih dan penghargaan yang sedalam-dalamnya terutama kepada:

1. Dr. Zaki Fuad, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
2. Dr. Israk Ahmadsyah, B.Ec., M.Ec., M.Sc., selaku Program Studi Perbankan Syariah dan selaku Pembimbing I,

3. Ayumiati, S.E., M.Si., selaku Sekretaris Program Studi Perbankan Syariah yang telah memberikan arahan dan bimbingan selama penulis melakukan pendidikan.
4. Ikhsan Fajri, S.Hi., M.A selaku pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu dan pikiran dalam memberikan nasehat-nasehat, pengarahan dan bimbingan dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Prof. Dr. Nazaruddin A. Wahid, M.A., selaku Penguji I dan Isnaliana, S.Hi., M.A., selaku Penguji II dalam sidang munaqasyah skripsi
6. Muhammad Arifin, Ph.D selaku Ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
7. Cut Dian Fitri, S.E., M.Si., Ak., CA., sebagai Penasihat Akademik, seluruh dosen dan staf akademik Prodi S1 Perbankan Syariah yang selama ini telah membimbing, membagikan ilmu, dan pengalaman.
8. Teristimewa untuk keluarga, ayahanda M. Nasir Hisja dan ibunda Sulusul Laili, dan adik-adik saya tercinta Hilma Amelia Nasliya, Muhammad Rayyan Al-Fatih, dan Nayyara Medina Shazfa yang telah memberikan cinta dan kasih sayang serta yang selalu mendoakan saya hingga saya dapat menyelesaikan jenjang pendidikan perguruan tinggi dan dapat menyusun skripsi ini.

9. Teristimewa untuk Keluarga besarku, Keluarga Tgk. H. Ismail Daud dan Keluarga Tgk Zainal Usman, terima kasih untuk semua doa, bantuan dan dorongan yang telah kalian berikan.
10. Teristimewa untuk seseorang yaitu Aqil Ijlal Arta yang telah sedia memberikan doa, dan dorongan yang telah diberikan.
11. Teristimewa untuk para Tokecang, Syifa, Indah, Fatin, Dedeh, untuk teman seperjuangan Ismi, untuk kawan-kawan SKY-P, dan teman-teman di Prodi Perbankan Syariah angkatan 2014.

Terimakasih yang tidak terhingga kepada nama-nama yang telah disebutkan diatas, semoga bantuan yang diberikan kepada penulis dibalaskan oleh Allah SWT. Penulis menyadari skripsi ini masih kurang sempurna. Penulis mengharapkan adanya saran dan kritikan yang membangun untuk penyempurnaan skripsi ini.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

A R - R A Banda Aceh, 31 Oktober 2018

Penulis,

Alvi Naslia

TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K

Nomor:158 Tahun1987–Nomor:0543 b/u/1987

1. Konsonan

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

2. 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
◌َ	<i>Fatḥah</i>	a
◌ِ	<i>Kasrah</i>	i
◌ُ	<i>Dammah</i>	u

b. Vokal Rangkap

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

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

Contoh:

كيف : *kaifa*

هول : *haua*

3. Maddah

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

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

Contoh:

قَالَ : *qāla*

رَمَى : *ramā*

قِيلَ : *qīla*

يَقُولُ : *yaqūlu*

4. Ta Marbutah (ة)

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

a. Ta *marbutah* (ة) hidup

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

b. Ta *marbutah* (ة) mati

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

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

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

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *rauḍah al-atfāl/ rauḍatul atfāl*

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ : *al-Madīnah al-Munawwarah/
al-Madīnatul Munawwarah*

طَلْحَةُ : *Talḥah*

Catatan:

Modifikasi

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi, seperti M. Syuhudi Ismail. Sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan. Contoh: Ḥamad Ibn Sulaiman.

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

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

ABSTRAK

Nama : Alvi Naslia
NIM : 140603088
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : S1 Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Analisis Tingkat Kualitas Pelayanan *Customer Service* terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Darussalam)
Tanggal Sidang : 10 Desember 2018
Tebal Skripsi : 110 Halaman
Pembimbing I : Dr. Israk AhmadSyah, B.Ec., M.Ec., M.Sc
Pembimbing II : Ikhsan Fajri, S.Hi., MA

Penelitian ini dilakukan untuk melihat pengaruh Tingkat Kualitas Pelayanan *Customer Service* terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Darussalam. Data penelitian ini menggunakan data primer yang disebarkan melalui angket atau kuesioner pada 95 responden dan diolah menggunakan aplikasi SPSS versi 21. Metode analisis data yang digunakan adalah model regresi linier sederhana. Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan uji parsial (uji t) dan uji koefisien determinasi (R^2) dengan tingkat signifikan 5%. Hasil uji secara parsial dan determinasi menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah.

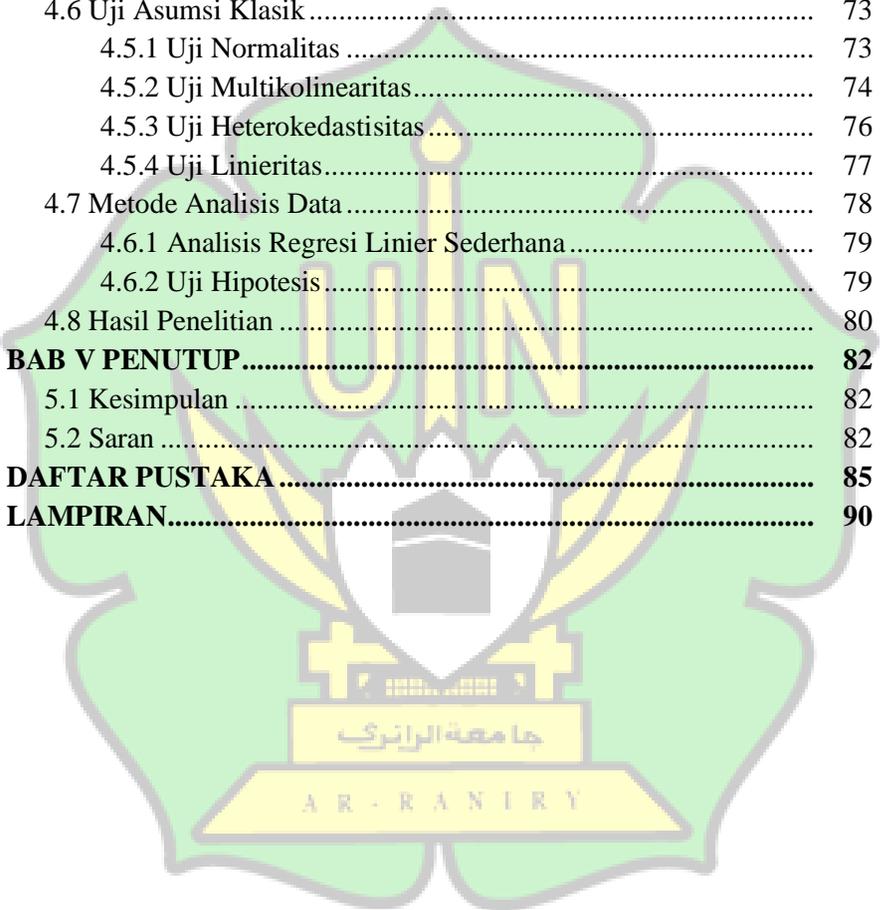
Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, *Customer Service*, dan Kepuasan Nasabah.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPEL KEASLIAN	i
HALAMAN JUDUL KEASLIAN	ii
LEMBAR PERNYATAN 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	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Mamfaat Penelitian	8
1.5 Sistematika Pembahasan	8
BAB II LANDASAN TEORI	10
2.1 Bank Syariah	10
2.1.1 Pengertian Bank Syariah menurut Ahli	10
2.1.2 Fungsi Bank Syariah	11
2.2 Kualitas Pelayanan	14
2.2.1 Pengertian Kualitas Pelayanan	14
2.2.2 Instrumen Kualitas Pelayanan	15
2.2.3 Dimensi Kualitas Pelayanan	19
2.3 Kualitas Pelayanan menurut Perspektif Islam	21
2.4 <i>Customer Service</i>	23

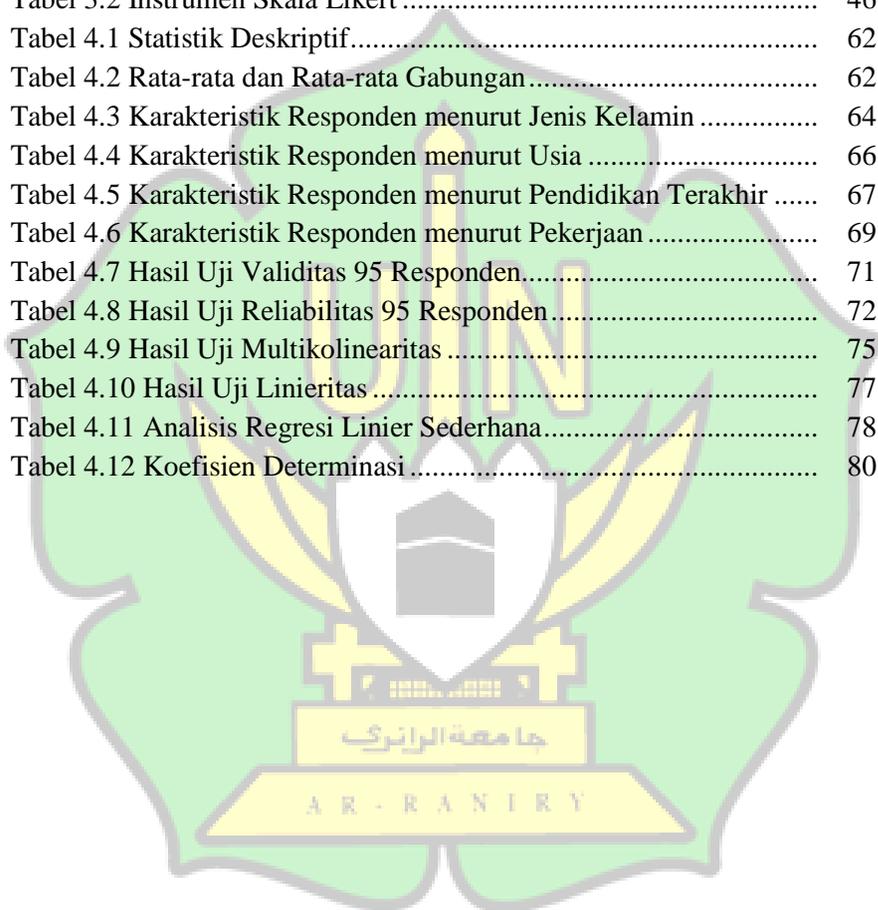
2.4.1 Pengertian <i>Customer Service</i>	23
2.4.2 Fungsi dan Tugas <i>Customer Service</i>	25
2.4.3 Ciri-ciri Pelayanan yang Baik	26
2.5 Kepuasan Nasabah	30
2.6 Kajian Pustaka	36
2.7 Kerangka Berfikir	38
2.8 Hipotesis	38
BAB III METODE PENELITIAN.....	40
3.1 Jenis Penelitian	40
3.2 Data dan Teknik Perolehannya	41
3.2.1 Jenis Data	41
3.2.2 Subjek dan Objek Penelitian	41
3.2.3 Populasi	41
3.3.4 Sampel	41
3.3 Teknik Pengumpulan Data	43
3.3.1 Observasi	43
3.3.2 Kuesioner	43
3.4 Variabel Penelitian	44
3.5 Instrumen Pengukuran	46
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas	47
3.7 Uji Asumsi Klasik	47
3.7.1 Uji Normalitas	47
3.7.2 Uji Multikolinearitas	48
3.7.3 Uji Heterokedastisitas	48
3.7.4 Uji Linieritas	49
3.8 Metode Analisis Data	49
3.8.1 Uji Regresi Linier Sederhana	49
3.8.2 Uji Hipotesis	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	53
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	53
4.1.1 Sejarah Singkat Bank Syariah Mandiri KCP Darussalam	53
4.1.2 Visi dan Misi	55
4.1.3 Struktur Organisasi Bank Syariah Mandiri KCP Darussalam	57
4.1.4 Standar Operasional Prosedur CS	57

4.2 Hasil Pengamatan.....	59
4.3 Statistik Deskriptif	61
4.4 Deskriptif Data Responden	64
4.5 Uji Validitas dan Reliabilitas	70
4.4.1 Uji Validitas.....	70
4.4.2 Uji Reliabilitas.....	72
4.6 Uji Asumsi Klasik	73
4.5.1 Uji Normalitas	73
4.5.2 Uji Multikolinearitas.....	74
4.5.3 Uji Heterokedastisitas.....	76
4.5.4 Uji Linieritas.....	77
4.7 Metode Analisis Data.....	78
4.6.1 Analisis Regresi Linier Sederhana.....	79
4.6.2 Uji Hipotesis.....	79
4.8 Hasil Penelitian	80
BAB V PENUTUP.....	82
5.1 Kesimpulan	82
5.2 Saran	82
DAFTAR PUSTAKA.....	85
LAMPIRAN.....	90



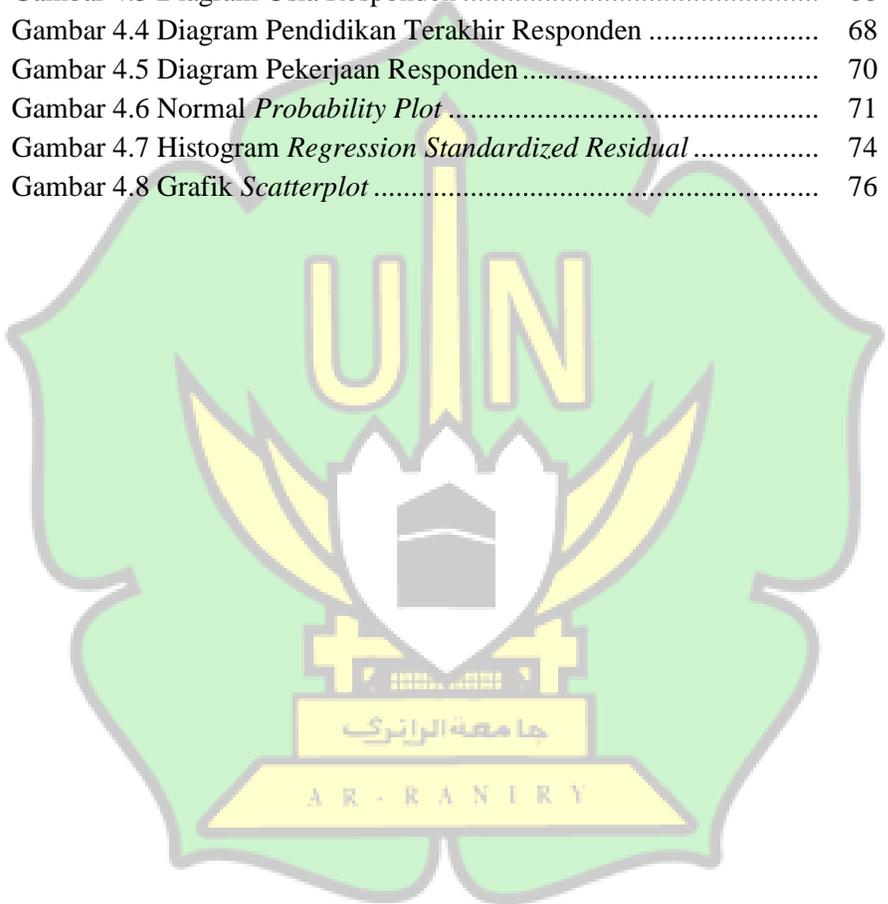
DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Jumlah Nasabah 2015-2017	4
Tabel 2.1 Kajian Pustaka.....	37
Tabel 3.1 Variabel Penelitian	45
Tabel 3.2 Instrumen Skala Likert	46
Tabel 4.1 Statistik Deskriptif.....	62
Tabel 4.2 Rata-rata dan Rata-rata Gabungan.....	62
Tabel 4.3 Karakteristik Responden menurut Jenis Kelamin	64
Tabel 4.4 Karakteristik Responden menurut Usia	66
Tabel 4.5 Karakteristik Responden menurut Pendidikan Terakhir	67
Tabel 4.6 Karakteristik Responden menurut Pekerjaan	69
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas 95 Responden.....	71
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas 95 Responden.....	72
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinearitas	75
Tabel 4.10 Hasil Uji Linieritas	77
Tabel 4.11 Analisis Regresi Linier Sederhana.....	78
Tabel 4.12 Koefisien Determinasi.....	80



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Berfikir	38
Gambar 4.1 Struktur Organisasi BSM KCP Darussalam.....	57
Gambar 4.2 Diagram Jenis Kelamin Responden	65
Gambar 4.3 Diagram Usia Responden	66
Gambar 4.4 Diagram Pendidikan Terakhir Responden	68
Gambar 4.5 Diagram Pekerjaan Responden	70
Gambar 4.6 Normal <i>Probability Plot</i>	71
Gambar 4.7 Histogram <i>Regression Standardized Residual</i>	74
Gambar 4.8 Grafik <i>Scatterplot</i>	76



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Bank merupakan lembaga keuangan yang umumnya didirikan untuk menghimpun dana dari masyarakat kemudian menyalurkan kembali dana tersebut ke masyarakat, serta bank juga berguna untuk meningkatkan kualitas perekonomian masyarakat, sedangkan menurut Undang-undang No.10 Tahun 1998 “bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak”. Bank sebagai dinamisator perekonomian di mana maksudnya bank menjadi pusat perekonomian, sumber dana, pelaksana lalu lintas pembayaran, memproduktifkan tabungan, dan pendorong kemajuan perdagangan nasional dan internasional. Bisa dikatakan bahwa tanpa adanya peranan dari bank tidak mungkin dilakukan globalisasi perekonomian (Hasibuan, 2011: 3). Bank juga termasuk lembaga yang yang berperan penting dan mempengaruhi pembangunan ekonomi dan sosial di Indonesia.

Di Indonesia, pendirian bank syariah diawali dengan diprakarsai oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) melalui sebuah lokakarya “Bunga bank dan Perbankan” pada tanggal 18-20 Agustus 1990, di Bogor. Hasilnya dibahas dalam Munas IV MUI di

hotel Sahid Jakarta pada tanggal 22-25 Agustus pada tahun tersebut, dengan dukungan dari masyarakat akhirnya terbentuklah PT Bank Muamalat Indonesia (BMI) pada tanggal 1 November 1991 dan beroperasi pada tahun 1992 dengan dibentuknya tim kerja yang bertujuan untuk melahirkan bank syariah. BMI merupakan bank syariah pertama yang lahir di Indonesia yang lahir berdasarkan Akta Pendirian oleh Notaris Yudo Paripurno dengan surat izin Menteri Kehakiman No. C.2.2413 HT.01.01. BMI berdiri tidak serta-merta diikuti oleh pendirian bank syariah lainnya sehingga perkembangan bank syariah nyaris stagnan sampai tahun 1998 (IBI dan LSPP, 2014: 4). Walaupun perkembangan bank syariah di Indonesia dibandingkan dengan negara-negara muslim lainnya sedikit terlambat, tetapi perbankan syariah di Indonesia akan terus berkembang.

Perkembangan bank syariah sudah sampai ke Aceh, dimana sudah terdapat beberapa bank yang beroperasi dengan prinsip syariah. Aceh merupakan daerah yang sangat kental dengan syariat Islam, dan perkembangan perbankan syariah juga sangat baik. Sudah terdapat beberapa bank yang telah beroperasi dengan prinsip syariah di Aceh, salah satunya Bank Pembangunan Daerah (BPD) atau yang sekarang menjadi Bank Aceh Syariah dengan label Bank Umum Syariah, sesuai dengan keputusan Dewan Komisioner OJK Nomor. KEP-44/D.03/2016 tanggal 1 September 2016 Perihal Pemberian Izin Perubahan Kegiatan Usaha Bank Umum Konvensional menjadi Bank Umum Syariah PT Bank Aceh yang

diserahkan langsung oleh Dewan Komisioner OJK kepada Gubernur Aceh dr H. Zaini Abdullah melalui Kepala OJK Provinsi Aceh Ahmad Wijaya Putra di Banda Aceh (Purba, 2017).

Tidak hanya Bank Aceh Syariah saja yang beroperasi di Aceh, tapi sudah ada beberapa bank yang beroperasi dengan prinsip syariah, salah satunya adalah Bank Syariah Mandiri. Bank Syariah Mandiri merupakan bank milik pemerintah pertama yang melandaskan operasionalnya menurut prinsip syariah. Bank Syariah Mandiri awalnya berasal dari PT Bank Susila Bakti dari bank yang beroperasi dengan sistem konvensional menjadi bank yang beroperasi menjadi sistem syariah (Bank Syariah Mandiri, 2017).

Dengan banyaknya bank syariah dan juga bank pembangunan daerah yang ada di Aceh telah beroperasi menjadi syariah maka pastinya persaingan juga akan sangat ketat pula, tentunya sebagai bank konvensional yang pertama melandaskan operasionalnya menjadi syariah, Bank Syariah Mandiri akan berusaha meningkatkan dan memberikan pelayanan yang baik kepada nasabahnya, agar nasabahnya tetap puas, setia dan juga nasabah akan tetap bertransaksi pada Bank Syariah Mandiri, dan diharapkan agar nasabah yang bertransaksi di Bank Syariah Mandiri akan tetap bertambah setiap tahunnya.

Bank Syariah Mandiri telah beroperasi di banyak daerah di Aceh tepatnya Banda Aceh, salah satunya yaitu Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu (KCP) Darussalam. Dimana

nasabah yang bertransaksi dan menabung di bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu (KCP) Darussalam bertambah setiap tahunnya, dapat dilihat pada Tabel 1.1

Tabel 1.1
Jumlah Nasabah Tahun 2015-2017

Tahun	Jumlah nasabah
2015	1.265
2016	1.387
2017	1554

Sumber: Bank Syariah Mandiri KCP Darussalam, 2018

Pada Tabel 1.1 dapat dilihat bahwa jumlah nasabah yang menabung dan bertransaksi di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu (KCP) Darussalam pada tahun 2015 sebanyak 1.265 orang, pada tahun 2016 nasabah yang menabung dan bertransaksi bertambah menjadi 1.387, dan pada tahun 2017 kembali bertambah jumlah nasabah yang menabung dan bertransaksi di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu (KCP) Darussalam.

Dari uraian di atas dapat dilihat bahwa pada tahun 2015 sampai dengan 2017 nasabah yang menabung dan bertransaksi di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu (KCP) Darussalam mengalami peningkatan atau penambahan setiap tahunnya. Peningkatan dan penambahan nasabah yang menabung dan bertransaksi menunjukkan tingginya kepuasan yang dirasakan nasabah terhadap pelayanan yang

di berikan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu (KCP) Darussalam.

Pelayanan sangat berperan penting dari setiap kegiatan bank syariah, karena bank menjalankan bisnis dalam hal memberikan jasa untuk melayani transaksi keuangan masyarakat atau keuangan nasabah dari bank tersebut. Pelayanan yang baik dapat dilihat dari segi kualitas pelayanan yang diberikan.

Kualitas pelayanan yang baik adalah kualitas pelayanan yang dapat memenuhi kebutuhan para nasabahnya, dapat memberikan informasi yang cepat dan akurat serta memberikan keramahan saat melakukan pelayanan, hal ini akan menjadi tolak ukur dari kesetiaan nasabahnya. Pelayanan dapat dikatakan baik dan berkualitas apabila layanan yang diberikan suatu perusahaan dapat memberikan kepuasan kepada nasabah atau pelanggan (Nurlatifah, 2010). Pelayanan yang baik harus diberikan oleh setiap personal yang ada di bank, khususnya pelayanan yang ditawarkan oleh customer service.

Customer service merupakan salah satu personal yang penting bagi bank dalam membangun pelayanan yang baik dan banyak berinteraksi dengan nasabah atau masyarakat mengenai produk yang ada di bank tersebut. Dengan demikian, *customer service* harus mampu memberikan pelayanan yang terbaik kepada nasabahnya agar dapat memberikan kepuasan kepada nasabah atas pelayanan yang telah diberikan (Harun, 2016).

Kepuasan nasabah menjadi konsep utama dalam kajian bisnis dan manajemen. Pada dasarnya nasabah mengharapkan produk dalam bentuk jasa yang dapat diterima, dan diberikan oleh pihak manajemen melalui pelayanan yang baik dan memuaskan (Wahab, 2017). Oleh karena sangat pentingnya kepuasan nasabah maka perusahaan sangat memerlukan suatu manajemen yang dapat menangani sesuatu yang berkaitan dengan nasabah, maka disini peran dan fungsi *customer service* akan sangat penting dalam melaksanakan setiap kegiatan yang berhubungan dengan nasabah. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh manajemen *customer service* baik dalam keramahan, kerapian, keandalan, ketanggapan dan kesiapan yang dimiliki dalam mengatasi setiap keluhan dan masalah dari nasabahnya semua itu adalah hal yang membuat nasabah akan puas terhadap bank tersebut.

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, peneliti ingin melakukan penelitian tentang kualitas pelayanan yang diberikan *customer service* Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu (KCP) Darussalam terhadap kepuasan yang dirasakan oleh nasabahnya. Oleh karena itu, maka peneliti mengambil judul penelitian sebagai berikut “**Analisis Tingkat Kualitas Pelayanan *Customer Service* terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Darussalam)**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka rumusan masalah untuk penelitian ini adalah:

1. Apakah tingkat kualitas pelayanan *customer service* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Darussalam?
2. Apakah *customer service* Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Darussalam sudah menjalankan fungsi dan tugasnya berdasarkan SOP Bank?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pemaparan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah tingkat kualitas pelayanan *customer service* terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Darussalam?
2. Untuk mengetahui apakah *customer service* Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Darussalam sudah menjalankan fungsi dan tugasnya berdasarkan SOP Bank?

1.4 Manfaat Penelitian

1. Akademis

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan sumber informasi, ilmu pengetahuan, dan sumber rujukan kepada mahasiswa yang berkaitan dengan kepuasan yang diberikan oleh *customer service* di bank.

2. Praktis

Bahan penelitian ini diharapkan menjadi masukan evaluasi bagi pihak-pihak yang berkepentingan terutama bagi penyusun sendiri, dan juga bagi mahasiswa FEBI yang bersangkutan dengan bahan penelitian ini.

1.5 Sistematika Pembahasan

Agar dapat mempermudah penelitian ini, penyusun mensajikan sistematika pembahasan yang terdiri dari lima bab.

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini mencakup tentang latar belakang masalah sebagai landasan pembahasan lebih lanjut, kemudian rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II LANDASAN TEORI

Landasan teori mencakup mengenai teori-teori yang berkenaan dalam pelaksanaan penelitian ini. Bab ini juga menguraikan hasil penelitian-penelitian terdahulu yang berhubungan pada penelitian yang akan dilakukan. Selanjutnya berisi kerangka berfikir.

BAB III METODELOGI PENELITIAN

Berisi tentang jenis penelitian, data dan teknik perolehannya, subjek dan objek penelitian, populasi dan sampel penelitian, teknik pengumpulan data, variabel penelitian, dan metode analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas tentang gambaran umum objek penelitian dan membahas hasil yang didapatkan dipenelitian

BAB V KESIMPULAN

Bab ini membahas tentang kesimpulan dan saran yang diberikan oleh peneliti



BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Bank Syariah

Secara umum bank merupakan lembaga keuangan yang melaksanakan tiga fungsi utama, yaitu menerima simpanan uang, meminjam uang, dan memberikan jasa pengiriman (Karim, 2008). Sedangkan bank syariah merupakan bank yang memiliki perbedaan operasionalnya dengan bank konvensional, salah satu ciri khas yang dimiliki oleh bank syariah yaitu bank syariah ini tidak menerima bunga atau membebaninya kepada nasabah akan tetapi bank syariah menerima atau membebankan bagi hasil serta imbalan lainnya yang sesuai dengan akad-akad yang telah ditetapkan diperjanjian. Dengan konsep dasarnya pada al-Quran dan al-hadis, dan semua produk yang ditawarkan oleh bank syariah tidak boleh bertentangan dengan isi dari al-Quran dan al-hadis (Ismail, 2011:23).

2.1.1 Pengertian Bank Syariah Menurut Ahli

Pengertian bank syariah menurut Schaik adalah bentuk dari sebuah bank modern yang didasarkan pada suatu hukum Islam yang sah, pada abad pertama Islam dikembangkan dengan menggunakan konsep berbagi resiko sebagai metode utama dan meniadakan keuangan berdasarkan kepastian dengan keuntungan yang telah ditentukan di awalnya. Sedangkan menurut Sudarsono, bank syariah adalah lembaga keuangan yang yang usaha utamanya

memberikan kredit dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran beserta peredaran uang dengan prinsip syariat Islam sebagai landasan pengoperasiannya (Muchtart dkk, 2016:119).

2.1.2 Fungsi Bank Syariah

Perbankan Syariah dalam melakukan kegiatan usahanya beraskan pada prinsip syariah, demokrasi ekonomi, dan prinsip kehati-hatian. Perbankan Syariah bertujuan menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan keadilan, kebersamaan, dan pemerataan kesejahteraan rakyat. Sedangkan fungsi dari perbankan syariah adalah:

- a. Bank Syariah dan UUS wajib menjalankan fungsi menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat.
- b. Bank Syariah dan UUS dapat menjalankan fungsi sosial dalam bentuk lembaga baitul mal, yaitu menerima dana yang berasal dari zakat, infak, sedekah, hibah, atau dana sosial lainnya dan menyalurkannya kepada organisasi pengelola zakat.
- c. Bank Syariah dan UUS dapat menghimpun dana sosial yang berasal dari wakaf uang dan menyalurkannya kepada pengelola wakaf (*nazhir*) sesuai dengan kehendak pemberi wakaf (*wakif*).
- d. Pelaksanaan fungsi sosial sebagaimana dimaksud pada ayat (2) dan ayat (3) sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan (Otoritas Jasa Keuangan, 2017).

1. Penghimpun Dana Masyarakat

Sama halnya dengan bank umum, fungsi utama bank syariah adalah menghimpun dana dari masyarakat yang mempunyai kelebihan dana. Penghimpun dana di bank syariah dapat berbentuk giro, tabungan, dan deposito. Prinsip operasional syariah yang diterapkan dalam penghimpun dana masyarakat adalah prinsip *Wadi'ah* (titipan) dan *Mudharabah* (investasi) (Karim, 2008).

Masyarakat mempercayai tempat yang aman untuk melakukan investasi dan menyimpan dana (uang) adalah bank. Masyarakat yang kelebihan dana membutuhkan keberadaan bank syariah untuk menitipkan dananya ataupun untuk menginvestasikan dana yang ia punya agar aman. Keamanan atas dana yang dititipkan atau diinvestasikan di bank oleh masyarakat merupakan faktor yang sangat penting untuk dipertimbangkan. Dengan menyimpan uang di bank maka masyarakat ataupun nasabah akan mendapatkan keuntungan berupa *return* atas uang yang diinvestasikan yang besarnya tergantung dengan kebijakan-kebijakan yang ditetapkan oleh masing-masing bank syariah serta tergantung pada hasil yang diperoleh oleh bank syariah (Ismail, 2011).

2. Penyaluran Dana Kepada Masyarakat

Penyaluran dana kepada masyarakat ini bank syariah menginvestasikan dana yang disimpan nasabah di bank

dengan jenis dan pola investasi yang sesuai dengan prinsip syariah investasi yang meliputi *murabahah*, sewa-menyewa, *musyarakah*, akad *mudharabah*, akad *salam* dan *istisna*, pembentukan perusahaan, dan lain-lainnya (Mughtar dkk, 2016:124).

3. Pelayanan Jasa Bank

Untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dalam menjalankan aktivitasnya, bank juga memberikan beberapa pelayanan jasa kepada nasabah. Pelayanan jasa yang diberikan bank kepada nasabah antara lain yaitu pelayanan jasa pengiriman uang (*transfer*), pemindahan buku tabungan, penagihan surat-surat berharga, *kliring*, *Letter of Credit* (LC), garansi bank, dan pelayanan jasa lainnya yang ditawarkan (Ismail, 2016:6). Selain menghimpun dan menyalurkan dana kepada masyarakat, bank syariah juga mempunyai layanan jasa yang diberikan kepada masyarakat untuk mendapatkan keuntungan lainnya.

4. Fungsi Sosial

Bank syariah mempunyai konsep tentang mengharuskan memberikan pelayanan sosial, *Qard al-Hasan* (pinjaman kebajikan) ataupun zakat dan juga dana sumbangan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Selain itu, bank syariah juga memiliki peran yang sangat penting dalam memberikan kontribusi kesejahteraan sosial dan

pengembangan sumberdaya manusia (Mughtar dkk, 2016:125).

2.2 Kualitas Pelayanan

2.2.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas merupakan suatu kondisi yang dinamis dimana berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan, sehingga pada prinsipnya kualitas layanan dibangun atas adanya faktor utama persepsi masyarakat dengan layanan yang mereka terima dengan layanan yang sesungguhnya yang diinginkan dan diharapkan, maka layanan tersebut dapat bermutu. Sedangkan layanan yang tidak seperti yang diharapkan ialah layanan yang tidak bermutu (Sulastri, 2017).

Pelayanan pada dasarnya dapat didefinisikan sebagai aktifitas seseorang, sekelompok atau organisasi baik langsung ataupun tidak langsung untuk memenuhi kebutuhan. Pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktifitas secara langsung. Standar dalam pelayanan adalah ukuran yang telah ditentukan sebagai suatu pembakuan pelayanan yang baik. Dalam standar pelayanan ini juga terdapat baku mutu pelayanan. Sedangkan mutu merupakan kondisi dinamis yang berhubungan dengan suatu produk, jasa, manusia, proses, dan juga lingkungan yang memenuhi harapan pihak yang menginginkan (Sulastri, 2017). Pelayanan merupakan kegiatan pemberian jasa yang diberikan satu pihak kepada pihak lainnya, pelayanan yang baik harus diberikan dengan ramah tamah, adil, tepat dan cepat, dan

dengan menggunakan etika yang baik agar dapat memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi yang menerimanya (Hasibuan, 2005:152).

Passe (2016) mengatakan kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai segala bentuk dari aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan yang bertujuan untuk memenuhi harapan konsumen. Dan kualitas pelayanan juga dapat diketahui dengan cara kita bandingkan pelayanan yang nyata diberikan dengan persepsi yang dimiliki oleh para konsumen. Sedangkan menurut Barata (2003:36) dalam bukunya yang berjudul Dasar-dasar Pelayanan Prima mengatakan bahwa kualitas pelayanan bukan hanya dilihat dan ditentukan oleh pihak yang melayani saja akan tetapi lebih banyak pula dilihat dari segi yang dilayani, karena pihak yang dilayanilah yang menikmati layanan tersebut sehingga hal tersebut dapat mengukur kualitas pelayanan yang berdasarkan pada harapan-harapan mereka dalam memenuhi kepuasannya.

2.2.2 Instrumen Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan atau *service quality* (SERVQUAL) mempunyai instrumen yang bermamfaat dalam melakukan analisis gap. Karena biasanya layanan atau jasa bersifat *intangibile*, kesenjangan komunikasi dan pemahaman antara karyawan dan pelanggan berdampak serius terhadap persepsi atas kualitas layanan. Menurut Tjiptono (2008:201) gap-gap yang biasanya terjadi dan berpengaruh terhadap kualitas layanan meliputi:

1. Kesenjangan antara Ekspektasi Pelanggan dan Persepsi Manajemen (*KnowledgeGap*)

Gap ini terjadi karena ada perbedaan antara ekspektasi pelanggan aktual dan pemahaman atau persepsi manajemen terhadap ekspektasi pelanggan. Beberapa kemungkinan gap seperti ini antara lain: informasi yang didapat dari riset pasar dan analisis permintaan kurang akurat, interpretasi yang kurang akurat atas informasi mengenai ekspektasi pelanggan, tidak adanya analisis permintaan, buruknya atau tiadanya aliran informasi ke atas (*upward informastion*) dari staf kontak pelanggan ke pihak manajemen, dan terlalu banyak jenjang manajerial yang menghambat atau mengubah informasi yang disampaikan dari karyawan kontak pelanggan ke pihak manajemen.

2. Kesenjangan antara Persepsi Manajemen terhadap Ekspektasi Konsumen dan Spesifikasi Kualitas Layanan (*Standars Gap*)

Sekalipun manajemen mampu memahami keinginan pelanggan dengan baik, kadangkala penerjemahannya ke dalam spesifikasi kualitas pelayanan masih bermasalah. Dengan kata lain, spesifikasi kualitas layanan tidak konsisten dengan persepsi manajemen terhadap ekspektasi kualitas. Penyebabnya antara lain: tidak adanya standar kinerja yang jelas, kesalahan perencanaan atau prosedur perencanaan tidak memadai, manajemen perencanaan

buruk, kurangnya penetapan tujuan yang jelas dalam organisasi, kurangnya dukungan komitmen manajemen puncak terhadap perencanaan kualitas layanan, kekurangan sumber daya, dan situasi permintaan berlebihan.

3. Kesenjangan antara Spesifikasi Kualitas Layanan dan Penyampaian Layanan (*Delivery Gap*)

Gap ini berarti bahwa spesifikasi kualitas tidak terpenuhi oleh kinerja dalam proses produksi dan penyampaian layanan. Sejumlah penyebabnya antara lain: spesifikasi kualitas terlalu rumit dan/atau terlalu kaku, para karyawan tidak menyetujui spesifikasi tersebut dan karenanya tidak berusaha memenuhinya, spesifikasi tidak sejalandengan budaya korporat yang ada, manajemen operasi layanan buruk, kurang memadainya aktifitas *internal marketing*, serta teknologi dan sistem yang ada tidak memfasilitasi kinerja sesuai dengan spesifikasi.

4. Kesenjangan antara Penyampaian Layanan dan Komunikasi Eksternal (*Comunication Gap*)

Gap ini berarti bahwa janji-janji yang disampaikan melalui aktivitas komunikasi pemasaran tidak konsisten dengan layanan yang diberikan kepada para pelanggan. Hal ini bisa disebabkan oleh beberapa faktor, di antaranya: perencanaan komunikasi pemasaran tidak terintegrasi dengan operasi layanan, kurangnya koordinasi antara

aktivitas pemasaran eksternal dan operasi layanan, organisasi gagal memenuhi spesifikasi yang ditetapkan, sementara kampanye komunikasi pemasaran sesuai dengan spesifikasi tersebut, dan kecenderungan untuk melakukan “*over-promise, under-deliver*” dalam menarik pelanggan baru.

5. Kesenjangan antara Persepsi terhadap Layanan yang Diterima dan Layanan yang Diharapkan (*Service Gap*)

Gap ini berarti bahwa layanan yang dipersepsikan tidak konsisten dengan layanan yang diharapkan. Gap ini bisa menimbulkan sejumlah konsekuensi negatif, seperti kualitas buruk (*negatively confirmed quality*), dan masalah kualitas, komunikasi gethok tular yang negatif, dampak negatif terhadap citra korporat atau citra lokal, dan kehilangan pelanggan. Gap ini terjadi apabila pelanggan mengukur kinerja/prestasi perusahaan berdasarkan kriteria ukuran yang berbeda, atau bisa juga mereka keliru menginterpretasikan kualitas layanan yang bersangkutan.

Model kualitas pelayanan didasarkan pada asumsi bahwa konsumen membandingkan kinerja jasa pada atribut-atribut yang relevan dengan standar yang ideal atau sempurna untuk masing-masing atribut jasa. Bila kinerjanya sesuai sesuai atau melebihi standar, maka persepsi atas klesluruhan kualitas pelayanan akan bersifat positif. Sebaliknya, apabila kinerja tidak sesuai dengan atau

buruk, maka persepsi atas keseluruhan layanannya akan negatif (Tjiptono dan Chandra, 2007:156).

2.2.3 Dimensi Kualitas Pelayanan

Tjiptono dan Chandra dalam Pinontoan (2013) menyatakan bahwa dalam kasus pemasaran jasa, dimensi kualitas yang paling sering dijadikan acuan adalah:

1. *Reliabilitas* (Keandalan)

Kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat tanpa kesalahan dan memuaskan.

2. *Responsivitas* (Ketanggapan)

Keinginan dan kesediaan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap serta memberikan informasi kapan jasa tersebut diberikan kemudian memberikan jasa tersebut secara cepat dan tepat

3. *Assurance* (Jaminan)

Jaminan ini mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan; bebas dari bahaya fisik, risiko atau keraguan. Menurut Sudarso (2016:59) untuk menumbuhkan kepercayaan nasabah, maka perusahaan hendaknya memiliki beberapa komponen antara lain yaitu:

- a. Komunikasi, yaitu secara terus menerus memberikan informasi kepada nasabah dengan menggunakan

bahasa dan penggunaan kata yang mudah dimengerti.

b. Kredibilitas, yaitu perlu adanya jaminan kepercayaan yang diberikan kepada nasabah.

c. Keamanan, yaitu suatu kepercayaan yang tinggi dari pelanggan atas pelayanan yang diterima.

d. Kompetensi, yaitu keterampilan yang dimiliki dan dibutuhkan agar dalam memberikan pelayanan kepada nasabah dapat dilakukan dengan cara yang optimal

e. Sopan santun, dalam pelayanan adanya suatu nilai moral yang dimiliki oleh perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.

4. *Empati* (Perhatian)

Perhatian meliputi kemudahan dalam menjalin hubungan, komunikasi yang efektif, perhatian personal dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan

5. *Tangibles* (Bukti Fisik)

Bukti fisik meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, karyawan, dan sarana komunikasi.

2.3 Kualitas Pelayanan menurut Perspektif Islam

Kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan tentunya tidak hanya bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada nasabah semata. Sebagai seorang muslim, hendaknya kita dalam memberikan pelayanan harus berdasarkan pada nilai-nilai dan prinsip syariah guna untuk mendapatkan dan mewujudkan nilai ketakwaan dan sekaligus untuk membuktikan konsistensi keimanannya dalam rangka menjalankan misi syariat Islam. Tentunya hal tersebut dilakukan bukan hanya untuk mendapatkan nilai materi saja, tetapi juga untuk mendapatkan nilai ibadah (Tho'in, 2011).

Dalam Islam, memberikan pelayanan yang baik kepada umat manusia adalah pekerjaan yang sangat mulia dan juga merupakan pintu kebaikan bagi siapa saja yang ingin melakukannya. Sebagian ayat-ayat dari al-Qur'an dan al-Hadist yang menerangkan dan mendorong manusia untuk memberikan pelayanan yang baik kepada sesama (Rafidah, 2014). Sebagaimana dijelaskan dalam salah satu surat al-Baqarah ayat 267:

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَنفِقُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا
لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ ۖ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ

بِأَخْذِهِ إِلَّا أَنْ تَغْمِضُوا فِيهِ ۚ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ ﴿٢٦٧﴾

Artinya: “*Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (dijalan 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 nafkahkan darinya padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji*” (QS. Al-Baqarah [2]: 267).

Surat al-Baqarah ayat 267 menerangkan tentang konsep Islam yang mengajarkan kita untuk memberikan pelayanan dari usaha yang kita lakukan dan kita jalankan baik itu berupa barang atau jasa, jangan memberikan yang buruk atau yang tidak berkualitas, melainkan hal yang berkualitas dibeikan kepada orang lain (Ridwan, 2013).

Menurut Thorik G. dan Utus H sangat penting memberikan pelayanan yang berkualitas disebabkan pelayanan (*service*) tidak hanya sebatas mengantarkan atau melayani. *Service* berarti mengerti, memahami, dan merasakan sehingga penyampaiannya pun akan mengenai *heart share* konsumen dan pada akhirnya memperkokoh posisi dalam *mind share* konsumen. Dengan adanya *heart share* dan *mind share* yang tertanam, loyalitas seorang konsumen pada produk atau usaha perusahaan tidak akan diragukan (Bachmid).

Menurut Ibn Katsir dalam tafsirnya, sikap lemah lembut yang dimiliki oleh Nabi Muhammad SAW itu tiada lain disebabkan

karena rahmat Allah yang dianugerahkan kepadanya, sehingga beliau bersikap lemah lembut terhadap mereka. Demikian juga Al-Hasan Al-Basri mengatakan bahwa begitulah akhlak nabi Muhammad yang telah diutus oleh Allah. Dan ayat selanjutnya mengatkan “Dan jikalau kamu bersikap keras dan berhati kasar tentulah mereka akan menjauh darimu”. Artinya bila kita bersikap kasar dalam bertutur kata dan bekeras hati dalam menghadapi mereka, maka mereka akan pergi dan menjauh darimu (Wardani, 2017).

2.4 Customer Service

2.4.1 Pengertian *Customer Service*

Customer adalah orang yang mempercayakan keinginannya kepada bank untuk memecahkan suatu masalah atau mencari solusi, keinginan untuk mendapatkan pelayanan yang berkomitmen, cepat, bersifat pribadi, dan juga yang berkualitas (Hasibuan, 2005:161). Sedangkan *Customer service* adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan nasabah melalui pelayanan yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah. Seorang *customer service* memegang peranan yang sangat penting di samping memberikan pelayanan juga sebagai pembina hubungan dengan masyarakat ataupun *public relation* (Harun, 2016).

Pelayanan yang diberikan tersebut baik itu keluhan ataupun masalah-masalah yang sedang dihadapi, seorang *customer service* harus pandai menemukan jalan keluar dari keluhan ataupun

masalah-masalah dari nasabahnya tersebut dengan tepat. Dengan kata lain, *customer service* ini bisa dikatakan sebagai perantara antara perusahaan dengan nasabah atau konsumen. Apabila pelayanan yang diberikan oleh *customer service* itu baik, maka akan memberikan membuat nasabah merasa puas dengan layanan yang diberikan oleh *customer service* tersebut.

Antara *customer service* dengan nasabah akan berkomunikasi langsung atau secara tatap muka. Disini terjadi saling tukar-menukar pesan antara *customer service*. *Customer service* harus mendengarkan dengan baik, sehingga terjalin hubungan yang sangat akrab. Pemasaran bank memerlukan komunikasi untuk mendukung transaksi dengan menginformasikan, membujuk, mengingatkan dan memberikan perbedaan produk bank dengan produk bank yang lainnya (Hutabalian & Johnny, 2015).

Setiap bank pasti mempekerjakan *customer service* dan kebutuhan akan tenaga ahli dalam memberikan pelayanan bermutu terus meningkat. Bersamaan dengan meningkatnya kesadaran akan pentingnya *customer service*, para petugas yang ahli dan berpengalaman akan dianggap sebagai kontributor yang sangat berarti bagi keuntungan dan keberhasilan sebuah perusahaan (Pratiwi, 2009).

Dalam dunia perbankan tugas utama seorang *customer service* memberikan pelayanan dan membina hubungan dengan masyarakat. *Customer service* bank dalam melayani para nasabah selalu berusaha menarik dengan cara merayu para calon nasabah

untuk menjadi nasabah bank yang bersangkutan dengan berbagai cara. *Customer service* juga harus dapat menjaga nasabah lama agar tetap menjadi nasabah bank. Oleh karena itu, tugas *customer service* merupakan tulang punggung kegiatan operasional dalam dunia perbankan (Kasmir, 2004).

2.4.2 Fungsi dan Tugas *Customer Service*

Sebagai seorang *customer service* tentu telah ditetapkan fungsi dan tugas yang harus diembannya. Fungsi dan tugas ini harus dilaksanakan sebaik mungkin dalam arti dapat dilaksanakan dengan sebaik-baiknya. Kemudian *customer service* harus bertanggung jawab dari awal sampai selesainya suatu pelayanan nasabah. Kasmir (2004) dalam bukunya Pemasaran Bank mengatakan bahwa fungsi dan tugas *customer service* adalah sebagai *resepsionis, deskman, salesman, customer realition officer*, dan komunikator. Penjabarannya sebagai berikut:

1. *Customer service* sebagai *Resepsionis*, artinya seorang *customer service* berfungsi sebagai penerima tamu yang datang ke bank. Dalam hal menerima tamu *customer service* harus bersikap dengan ramah tamah, sopan, dan menyenangkan.
2. *Customer service* sebagai *deskman*, artinya seorang *customer service* berfungsi sebagai orang yang melayani berbagai macam aplikasi yang diajukan nasabah atau calon nasabah.

3. *Customer service* sebagai *salesman*, artinya *customer service* berfungsi sebagai orang yang menjual produk perbankan sekaligus sebagai pelaksana *cross selling*.
4. *Customer service* sebagai *customer realition officer*, artinya *customer service* berfungsi sebagai orang yang dapat membina hubungan baik dengan seluruh nasabah, termasuk merayu atau membujuk agar nasabah tetap bertahan tidak lari dari bank yang bersangkutan apabila menghadapi masalah.
5. *Customer service* sebagai komunikator, artinya *customer service* berfungsi sebagai orang yang menghubungi nasabah dan memberikan informasi tentang segala sesuatu yang ada hubungannya antara bank dengan nasabah.

2.4.3 Ciri-Ciri Pelayanan yang Baik oleh *Customer Service*

Dasar-dasar pelayanan yang semestinya harus dimengerti dan dipahami oleh *customer service* secara umum untuk menunjang tercapainya kepuasan pelanggan ataupun kepuasan nasabah, menurut Shakuntala (2016), yaitu:

1. *Customer service* harus berpakaian dan berpenampilan rapi dan bersih
2. Percaya diri, bersikap akrab, ramah dan penuh senyum (*smilling face*)
3. Menyapa nasabah atau pelanggan dengan lembut serta menyebutkan nama pelanggan atau nasabah

4. Harus dalam keadaan tenang, sopan dan hormat dalam mendengarkan setiap pembicaraan
5. Mendengarkan setiap pembicaraan dan menerima keluhan dengan baik
6. Berbicara jelas dengan bahasa yang baik dan benar
7. Antusias dalam melayani dan menunjukkan kemampuan
8. Jangan menyela atau memotong pembicaraan
9. Mampu meyakinkan pelanggan atau nasabah serta memberikan kepuasan kepada nasabah
10. Apabila tidak bisa menangani permasalahan yang ada, maka mintalah bantuan

Menurut Kasmir (2004) ciri-ciri pelayanan yang harus diikuti oleh *customer service* antara lain yaitu:

1. Tersedia sarana dan prasarana yang baik

Nasabah ingin dilayani secara prima. Untuk melayani nasabah salah satu hal yang paling penting diperhatikan adalah sarana dan prasarana yang dimiliki bank. Meja dan kursi harus nyaman diduduki. Udara dalam ruangan juga harus tenang tidak berisik dan sejuk. Kelengkapan dan kenyamanan sarana dan prasarana ini akan mengakibatkan nasabah betah untuk berurusan dengan bank.

2. Tersedianya karyawan yang baik

Kenyamanan nasabah juga sangat tergantung dari petugas *customer service* yang melayaninya. Petugas *customer service* harus ramah, sopan dan menarik. Di samping itu, petugas *customer service* harus cepat tanggap, pandai bicara, menyenangkan serta pintar. Petugas *customer service* harus mampu memikat dan mengambil nasabah sehingga nasabah semakin tertarik. Demikian juga cara kerja harus cepat dan cekatan.

3. Bertanggung jawab kepada setiap nasabah sejak awal hingga selesai

Dalam menjalankan kegiatan pelayanan *customer service* harus melayani nasabah dari awal sampai tuntas. Nasabah akan merasa puas jika nasabah menerima pelayanan yang diinginkan.

4. Mampu melayani secara cepat dan tepat

Dalam melayani nasabah, diharapkan agar *customer service* harus melakukannya sesuai dengan prosedur. Layanan yang diberikan sesuai jadwal untuk pekerjaan tertentu dan jangan membuat kesalahan dalam arti pelayanan yang diberikan sesuai dengan keinginan nasabah.

5. Mampu berkomunikasi

Petugas *customer service* harus mampu berbicara kepada setiap nasabah dan harus cepat memahami

keinginan nasabah dengan cepat. Artinya petugas *customer service* harus dapat berkomunikasi dengan bahasa yang jelas dan mudah dimengerti. Jangan menggunakan istilah yang sulit dimengerti.

6. Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi
Menjaga rahasia bank sama artinya dengan menjaga rahasia nasabah. Oleh karena itu, petugas *customer service* harus mampu menjaga rahasia nasabah terhadap siapa pun.
7. Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik
Untuk menjadi *customer service* harus memiliki pengetahuan dan kemampuan tertentu. Karena tugas *customer service* selalu dengan manusia, maka *customer service* perlu dididik khusus mengenai kemampuan dan pengetahuannya untuk menghadapi nasabah atau kemampuan dalam bekerja.
8. Berusaha memahami kebutuhan nasabah
Customer service harus cepat tanggap terhadap apa yang diinginkan oleh nasabah. Petugas *customer service* yang lamban akan membuat nasabah lari. Usahakan mengerti dan memahami keinginan dan kebutuhan nasabah.

9. Mampu memberikan kepercayaan kepada nasabah
Kepercayaan calon nasabah kepada bank mutlak diperlukan, sehingga calon nasabah mau menjadi nasabah bank yang bersangkutan.

2.5 Kepuasan Nasabah

Definisi nasabah baru dapat direalisasikan dalam Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 tentang Perubahan Atas Undang-Undang No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan diatur perihal nasabah yang terdiri dari dua pengertian yaitu:

- a. Nasabah penyimpan adalah nasabah yang menempatkan dananya di bank dalam bentuk simpanan berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan.
- b. Nasabah debitur adalah nasabah yang memperoleh fasilitas kredit atau pembiayaan berdasarkan prinsip syariah atau yang dipersamakan dengan itu berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan.

Sementara itu Undang-Undang No. 24 Tahun 2004 tentang Lembaga Penjamin Simpanan mengenal pengertian nasabah sebagaimana dijelaskan dalam Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 tentang Perubahan Atas Undang-Undang No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan, yaitu:

- a. Nasabah penyimpan, yaitu nasabah yang menempatkan dananya di bank dalam bentuk simpanan berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan.

- b. Nasabah debitur adalah nasabah yang memperoleh fasilitas kredit atau pembiayaan berdasarkan prinsip syariah atau yang dipersamakan dengan itu berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan.

Kotler (2000:36) dalam bukunya yang berjudul *Marketing Manajemen* bahwa kepuasan adalah tingkat perasaan yang dirasakan di mana seseorang menyatakan hasil perbandingan antara hasil kerja produk/ jasa yang dirasakan dan diterima sesuai dengan apa yang diharapkan.

Kepuasan nasabah menjadi konsep utama dalam kajian bisnis dan manajemen. Pada dasarnya nasabah mengharapkan produk dalam bentuk jasa yang dapat diterima, dan diberikan oleh pihak manajemen melalui pelayanan yang baik dan memuaskan. Kepuasan dapat membentuk persepsi bagi nasabah dan selanjutnya dapat memposisikan produk tersebut baik dan memuaskan (Wahab, 2017). Sedangkan menurut Ria Octavia kepuasan nasabah adalah perasaan senang atau kecewa yang dirasakan seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan-harapannya, dengan kata lain kepuasan sebagai evaluasi setelah mengkonsumsi suatu alternatif yang dipilih setidaknya memenuhi atau melebihi harapan. Pelanggan yang merasa puas adalah pelanggan yang menerima nilai tambah yang lebih dari perusahaan. Memuaskan pelanggan tidak hanya berarti memberikan tambahan produk atau jasa, pelayanan ataupun sistem yang digunakan (Octavia, 2016). Walaupun banyak terdapat

definisi yang berbeda dalam penjelasannya, namun pada akhirnya sama-sama ingin memberikan kepuasan kepada nasabah.

Kepuasan nasabah juga tergantung pada kinerja anggapan produk relatif terhadap ekspektasi yang diinginkan pembeli. Jika kinerja produk tersebut tidak sesuai dan tidak memenuhi ekspektasi, maka pelanggan atau nasabah akan kecewa. Jika kinerja produk sesuai dan memenuhi ekspektasi, maka pelanggan atau nasabah akan merasa puas. Dan apabila kinerja produk sangat sesuai dan memenuhi ekspektasi maka akan membuat pelanggan atau nasabah sangat puas (Kotler dan Armstrong, 2008:16).

Kepuasan nasabah terkait dengan kualitas pelayanan internal dan kepuasan pelayanan internal karyawan tertentu akan mendorong kepuasan nasabah. Kepuasan karyawan akan mendorong bangkitnya loyalitas karyawan pada perusahaan, selanjutnya loyalitas karyawan akan berdampak pada peningkatan produktivitas, produktivitas karyawan akan menciptakan dan menentukan kepuasan nasabah. Akhirnya kepuasan nasabah akan menciptakan loyalitas dari nasabah atau pelanggan. Faktor lainnya adalah rintangan pengalihan dan keluhan dari nasabah.

Rodani & Abdul (2008) nasabah juga sering merasa tidak puas dengan pelayanan yang telah diberikan oleh perusahaan. Sebab-sebab timbulnya ketidakpuasan dari nasabah yaitu:

- a. Tidak sesuai antara mamfaat atau hasil yang diharapkan dengan kenyataan atau apa yang didapatkan oleh nasabah

- b. Layanan selama proses menikmati jasa tidak memuaskan
- c. Perilaku personil atau karyawan perusahaan atau bank yang mengecewakan dan kurang memberikan kepuasan kepada nasabah
- d. Suasana dan kondisi fisik lingkungan tidak menunjang, misalnya *lay out* gedung tidak tertata rapi
- e. Biaya terlalu tinggi, misalukan biaya administrasi bulanan yang terlalu tinggi di atas bank lain atau tingkat bagi hasil yang terlalu membebaskan nasabah
- f. Promosi iklan yang terlalu berlebihan, sehingga sering kali tidak sesuai dengan kenyataan.

2.5.1 Cara Mengukur Kepuasan Nasabah

Ada beberapa cara mengukur kepuasan nasabah, antara lain yaitu:

1. Sistem keluhan dan saran (*complai and sugestion system*)

Perusahaan meminta keluhan dan saran dari pelanggan dengan membuka kotak saran baik melalui surat, telepon bebas pulsa, *customer hot line*, kartu komentar, kotak saran maupun berbagai saranan keluhan lainnya. Informasi ini dapat memungkinkan perusahaan mengantisipasi dan cepat tanggap terhadap kritik dan saran tersebut, konsumen akan menilai kecepatan dan ketanggapan perusahaan dalam menangani kritik dan saran yang diberikan.

2. Survey kepuasan nasabah (*customer satisfaction surveys*)

Perusahaan melakukan survey untuk mendeteksi komentar pelanggan, diharapkan dari survey ini didapatkan umpan balik yang positif dari konsumen. Survey ini ini dapat dilakukan melalui pos, telepon, atau wawancara pribadi atau pelanggan diminta mengisi angket.

3. Pembeli bayangan (*ghost shopping*)

Perusahaan menempatkan orang tertentu baik baik orang lain maupun dari level manajemen sendiri sebagai pembeli perusahaan lain atau ke perusahaan sendiri. Pembeli bayangan ini akan memberikan laporan keunggulan dan kelemahan petugas pelayanan yang melayaninya. Dilaporkan segala sesuatu yang bermamfaat sebagai bahan pengambilan keputusan oleh manajemen. Hal ini sebagai upaya mencari solusi dari sudut pandang konsumen.

4. Analisa pelanggan yang lari (*lost customer analysis*)

Pelanggan yang hilang akan dihubungi, kemudian diminta alasan untuk diungkapkan mengapa mereka berhenti, pindah ke perusahaan lain, adalah sesuatu masalah yang terjadi yang tidak bisa diatasi atau terlambat diatasi. Misalkan ada nasabah yang menutup rekeningnya, maka bank harus meghubungi nasabah tersebut dan menanyakan alasan penutupan dan apabila terjadi masalah atau

ketidakpuasan terhadap pelayanan bank maka harus dicarikan jalan keluar agar tidak ada lagi nasabah yang pindah atau menutup rekeningnya (Rodani & Hamid, 2008).

Tjiptono dan Diana (2003) dalam Ahmad Mutamimul Ula (2016) mengatakan meskipun belum ada konsensus mengenai cara kita mengukur kepuasan nasabah, namun sejumlah studi menjelaskan bahwa terdapat tiga aspek penting yang harus ditelaah dalam kerangka pengukuran kepuasan nasabah, antara lain yaitu:

1. Kepuasan general atau keseluruhan

Kepuasan general atau keseluruhan adalah cara yang paling sederhana untuk mengukur kepuasan nasabah yaitu dengan menanyakan langsung kepada nasabah seberapa puas mereka dengan perusahaan kita

2. Konfirmasi harapan

Dalam hal ini, kepuasan tidak diukur langsung namun disimpulkan berdasarkan kesesuaian atau ketidaksesuaian antara harapan yang diinginkan nasabah dengan kinerja yang didapatkan oleh nasabah

3. Perbandingan dengan situasi ideal

Perbandingan antara kinerja produk yang diberikan perusahaan dengan kinerja produk yang diterima menurut persepsi konsumen.

Richard F Gerson (2001) dalam Setiawan (2006) menyebutkan bahwa ada beberapa alasan mengapa pengukuran kepuasan nasabah sangat penting bagi penyedia jasa:

1. Untuk menentukan harapan pelanggan mengukur kepuasan pelanggan tidak hanya untuk menentukan bagaimana pelanggan menikmati produk yang mereka gunakan dan pelayanan yang mereka terima, tetapi juga harus mengidentifikasi apa yang diharapkan pelanggan dari proses penjualan dan pelayanan yang diberikan.
2. Untuk menutup kesenjangan antara penyedia jasa dengan pelanggan dalam penyampaian jasa yang dapat mempengaruhi penilaian pelanggan atas kualitas jasa.
3. Untuk memeriksa apakah peningkatan kualitas pelayanan sesuai dengan harapannya atau tidak salah satu cara utama yang membedakan apakah perusahaan jasa adalah memberikan jasa dengan kualitas yang lebih tinggi dari pesaing secara konsisten.

2.6 Kajian Pustaka

Kajian pustaka yang diambil adalah penelitian tentang kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Pada Tabel 2.1 dapat dilihat Nama Penulis dan Judul, Variabel dan Model Analisis, dan Hasil Penelitian.

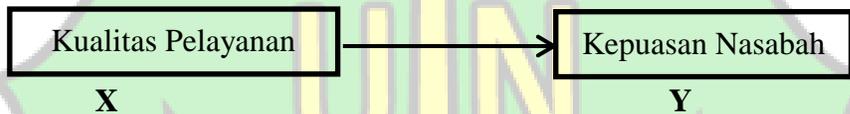
Tabel 2.1
Kajian Pustaka

No	Nama Penulis	Judul	Hasil Penelitian
1	Muntiyas Sylvani	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Bank BNI Syariah Cabang Kusumanegara Yogyakarta	Hasil penelitian ini adalah bahwa variabel tangible (bukti langsung) reliabilitas, daya tanggap, <i>assurance</i> , dan <i>empathy</i> berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap kepuasan nasabah bank BNI Syariah. Sedangkan variabel berwujud (bukti langsung) dan daya tanggap tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota BNI syariah
2	Risdayanti Harun	Pengaruh Pelayanan Customer terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BRI Syariah KCP Sungguminasa	Hasil penelitian ini menyatakan bahwa ada Pengaruh antara Pelayanan <i>Customer Service</i> terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank BRI Syariah KCP Sungguminasa
3	A A Ayu Ratih Permata Sari dan I Nyoman Nurchaya	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Nilai Nasabah terhadap Kepuasan Nasabah pada PT Bank BPD Bali Capem Unud	Hasil penelitian, mendapatkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dan nilai nasabah terhadap kepuasan nasabah
4	Dini Riawati Saino	Pengaruh Kualitas Layanan di Divisi <i>Customer Service</i> terhadap Citra Bank pada PT. Bank Tabungan Negara, Tbk. Kantor Kas UNESA Surabaya	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan di divisi <i>customer service</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra bank pada PT. Bank Tabungan Negara
5	Wirdayani Wahab	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Pegadaian Syariah di Kota Pekanbaru	Hasil penelitian ini menunjukkan: Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan

Tabel 2.1–Lanjutan

No	Nama Penulis	Judul	Hasil Penelitian
6	Mustaqim	Kualitas Pelayanan terhadap Nasabah Muamalat Palangka Raya	Hasil ini menunjukkan bahwa kualitas layanan cabang Bank Muamalat Palangkaraya cukup memuaskan bagi pelanggan kami. Namun, masih ada beberapa faktor yang bisa di atasi seperti jaringan ATM yang sering offline dan jumlah kantor dan mesin ATM perlu ditingkat promosi yang lebih luas.

2.7 Kerangka Berfikir



Gambar 2.1

Kerangka Berfikir

Skema penelitian yang telah disajikan di atas bahwa dapat dijelaskan pada variabel X yaitu kualitas pelayanan dengan dimensi *reabilitas, responsivitas, assurance, empati, tangible* berpengaruh pada variabel Y yaitu kepuasan nasabah.

2.8 Hipotesis

Hipotesis pada umumnya adalah kesimpulan jawaban yang bersifat sementara pada masalah yang akan diidentifikasi ataupun dugaan sementara yang berkaitan dengan rumusan masalah. Dari uraian diatas, maka peneliti menyusun hipotesis sebagai berikut:

Ho : Kualitas pelayanan yang diberikan *customer service* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah

Ha : Kualitas pelayanan yang diberikan *customer service* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif, penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat statistik, yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Jadi, penelitian kuantitatif ini yaitu penelitian yang berupa angka-angka dan penelitian yang menggunakan analisis statistik (Sugiyono, 2013:8). Penelitian kuantitatif ini menekankan pada pengaruh data-data angka yang diolah dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS versi 21, dan akan diperoleh kualitas pelayanan *customer service* terhadap kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan atau tidak berpengaruh.

Pendekatan penelitian ini adalah penelitian lapangan (*fiels research*) yaitu pengamatan langsung kelokasi untuk mendapatkan data-data yang relevan dengan penelitian, sehingga peneliti langsung terjun kelapangan untuk memperoleh data dari Bank Syariah Mandiri kantor cabang pembantu Darussalam.

Tujuan dan arah penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Tujuan penelitian deskriptif adalah untuk membuat pecandraan secara sistematis dan akurat mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau daerah tertentu (Suryabrata, 2004).

3.2 Data dan Teknik Perolehannya

3.2.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan adalah data primer. Data primer adalah data yang diperoleh melalui pengamatan langsung mengenai pelayanan *customer service* terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Darusalam, baik dilakukan melalui pengamatan dan kuesioner.

3.2.2 Subjek dan Objek Penelitian

Dalam penelitian ini, yang menjadi subjek penelitian adalah nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Darusalam, sedangkan objek dari penelitian ini Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu (KCP) Darussalam.

3.2.3 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2013:80). Populasi dari penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu (KCP) Darusalam.

3.2.4 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, maka peneliti tidak mungkin mengambil dan mempelajari semua yang ada pada populasi, untuk itu peneliti mengambil sampel dari populasi

tersebut (Sugiyono, 2013:81). Sampel dari penelitian ini adalah sebagian nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu (KCP) Darusalam.

Rumus pemilihan sampel menggunakan rumus slovin

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

(3.1)

Keterangan:

- n : Jumlah sampel
 N : Jumlah populasi
 E : Batas toleransi kesalahan (*error tolerance*)

Untuk menggunakan rumus ini, pertama ditentukan berapa batas toleransi kesalahan. Batas toleransi kesalahan ini dinyatakan dengan persentase. Semakin kecil batas toleransi kesalahan maka semakin akurat sampel menggambarkan populasi. Misalnya, penelitian dengan menggunakan batas kesalahan 10% berarti memiliki tingkat akurasi 90%, penelitian dengan menggunakan batas kesalahan 5% berarti memiliki tingkat akurasi 95%, penelitian dengan menggunakan batas kesalahan 2% berarti memiliki tingkat akurasi 98%. Dengan jumlah populasi yang sama, semakin kecil toleransi kesalahan maka semakin besar jumlah sampel yang dibutuhkan.

Skema sampel akan diambil dari populasi yang telah ditentukan dengan rumus slovin, dengan rincian sebagai berikut:

Diketahui: N= 1554, e= 10%

$$n = \frac{1554}{1 + 1554(10\%)^2}$$

$$n = \frac{1554}{16.54}$$

$$n = 93.9$$

Untuk memudahkan peneliti dalam penelitian ini, maka peneliti mengambil 95 nasabah yang menjadi sampelnya.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

3.3.1 Observasi

Pada teknik ini, peneliti melakukan observasi langsung di lapangan untuk mengetahui masalah dan keadaan yang sebenarnya terhadap apa yang akan diteliti. Adapun yang menjadi pengamatan peneliti adalah kualitas pelayanan yang diberikan oleh *customer service* Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu (KCP) Darussalam dalam setiap transaksi yang dilakukan.

3.3.2 Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2013:142). Kuesioner inilah yang akan digunakan peneliti sebagai instrumen penelitian.

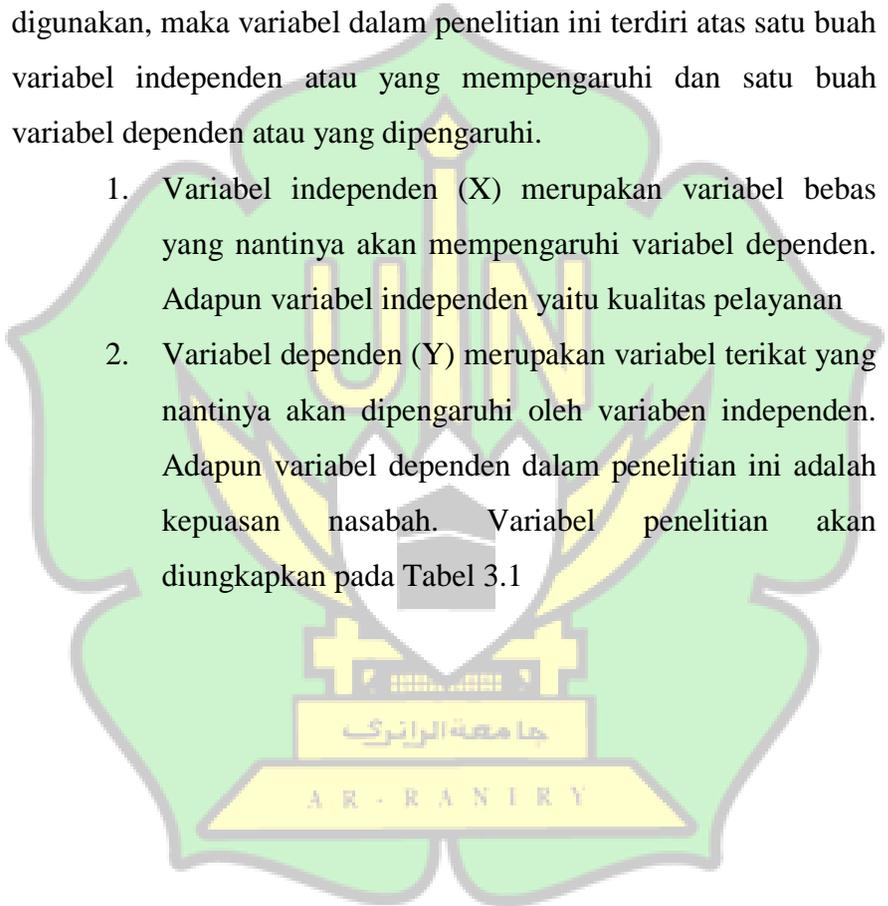
Kuesioner ini akan dibagikan kepada nasabah *service* Bank Syariah Mandiri kantor Cabang Pembantu (KCP) Darussalam,

pertanyaan bersifat tertutup yaitu pertanyaan yang disediakan sejumlah jawaban tertentu sebagai pilihan.

3.4 Variabel Penelitian

Berdasarkan objek penelitian dan metode penelitian yang digunakan, maka variabel dalam penelitian ini terdiri atas satu buah variabel independen atau yang mempengaruhi dan satu buah variabel dependen atau yang dipengaruhi.

1. Variabel independen (X) merupakan variabel bebas yang nantinya akan mempengaruhi variabel dependen. Adapun variabel independen yaitu kualitas pelayanan
2. Variabel dependen (Y) merupakan variabel terikat yang nantinya akan dipengaruhi oleh variabel independen. Adapun variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepuasan nasabah. Variabel penelitian akan diungkapkan pada Tabel 3.1



Tabel 3.1
Variabel Penelitian

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	Item Pertanyaan
Variabel Independen (X)					
Kualitas Pelayanan (X)	Perbandingan pelayanan yang nyata dengan pelayanan yang diharapkan oleh nasabah	<i>Reability</i> (Keandalan)	1-5	Likert	1-3
		<i>Responsivitas</i> (Ketanggapan)	1-5	Likert	4-6
		<i>Assurance</i> (Jaminan)	1-5	Likert	7-9
		<i>Empathi</i> (Perhatian)	1-5	Likert	10-12
		<i>Tangibles</i> (Bukti Fisik)	1-5	Likert	13-16
Variabel Dependen (Y)					
Kepuasan Nasabah (Y)	Tingkat perasaan yang dirasakan dan diterima seseorang menyatakan perbandingan antar pelayanan yang dirasakan dengan pelayanan yang diharapkan	Kepuasan general atau keseluruhan	1-5	Likert	1
		Konfirmasi harapan	1-5	Likert	2
		Perbandingan dengan situasi ideal	1-5	Likert	3-4

3.5 Instrumen Pengukuran

3.5.1 Skala Pengukuran

Variabel yang akan diukur dalam penelitian ini adalah variabel dari dimensi kualitas pelayanan yang berpengaruh terhadap kepuasan nasabah yang terdiri dari *reabilitas* (keandalan), *responsivitas* (ketanggapan), *assurance* (jaminan), *empathi* (perhatian), dan *tangibles* (bukti fisik). Variabel-variabel tersebut diukur dengan menggunakan *skala likert*. *Skala likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan *skala likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Jawaban dari setiap item yang menggunakan *skala likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif (Sugiyono, 2013:92).

Tabel 3.2
Instrumen Skala Likert

Keterangan Pilihan	Skor
Sangat tidak setuju	1
Tidak setuju	2
Kurang setuju	3
Setuju	4
Sangat setuju	5

Sumber: Sugiyono, 2013

3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah alat ukur yang telah disusun dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur secara tepat. Uji validitas ini dilakukan untuk seluruh variabel yang instrumen atau alat pengukuran datanya menggunakan angket atau bahan tes. Ukuran atau ketentuan yang menyatakan bahwa angket tersebut valid atau tidak valid yaitu harga koefisien korelasi yang diperoleh dari analisis atau r hitung dibandingkan dengan harga koefisien tabel atau r tabel dengan tingkat kepercayaan yang telah dipilih. Apabila r hitung $>$ r tabel maka instrumen tersebut dinyatakan valid (Sudarmanto, 2013: 58).

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur yang biasanya menggunakan kuesioner. Uji reliabilitas ini adalah lanjutan dari uji validitas, dimana item yang diuji adalah item yang valid saja. Suatu kuesioner dinyatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* $>$ 0,60, sedangkan jika nilai *Cronbach Alpha* $<$ 0,60 maka item dinyatakan tidak reliabel (Sarjono dan Julianita, 2011:45).

3.7 Uji Asumsi Klasik

3.7.1 Uji Normalitas

Uji normalitas berguna untuk tahap awal dalam pemilihan analisis data. Uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Pengujian ini diperlukan untuk melihat uji t dan uji F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi

normal. Jika sumsi ini dilanggar atau tidak dipenuhi maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Uji normalitas dideteksi dengan melihat grafik normal *propability plot* dan grafik histogram (Erlina, 2008:102).

3.7.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah hubungan di antara variabel bebas memiliki masalah multikorelasi atau tidak. Multikolinearitas adalah kolerasi yang sangat tinggi atau sangat rendah yang terjadi pada hubungan antara variabel bebas. Cara mendeteksi bahwa variabel tersebut terjadi multikolinearitas atau tidak yaitu dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variante Inflation Factor* (VIF), jika nilai *Tolerance* $> 0,1$ dan nilai VIF di bawah 10 atau < 10 menunjukkan bahwa tidak adanya multikolinearitas pada variabel independennya, sedangkan jika nilai *Tolerance* $< 0,1$ dan nilai VIF > 10 maka akan menunjukkan adanya multikolinearitas (Sarjono dan Julianita, 2011:70).

3.7.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Untuk melihat apakah terjadi nya heteroskedastisitas dapat dilihat dari grafik *Scatterplot*. Model yang baik adalah terjadinya

homoskedastisitas atau tidak terjadinya heterokedastisitas (Sarjono dan Julianita, 2011:65).

3.7.4 Uji Linieritas

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah data yang kita miliki sesuai dengan garis linear atau tidak. Jadi peningkatan atau penurunan kuantitas di salah satu variabel diikuti secara linear oleh peningkatan atau penurunan kuantitas di variabel lain. Cara mendeteksinya dengan melihat *Deviation from Linearity*, apabila *Deviation from Linearity* > 0,05 maka akan terdapat hubungan linier antar variabel bebas dengan variabel terikat. Sedangkan, jika *Deviation from Linearity* < 0,05 maka tidak terdapat hubungan linier antara variabel bebas dengan variabel terikat (Sarjono dan Julianita, 2011:74).

3.8 Metode Analisis Data

3.8.1 Uji Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi ini merupakan prosedur dimana untuk formulasi persamaan matematis, hendak diramalkan nilai variabel random kontinyu berdasarkan nilai variabel kuantitatif lainnya yang diketahui. Formulasi model statistik linear sederhana adalah:

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

Keterangan:

Y : Subyek dalam variabel dependen yang diprediksikan.

a : Harga Y ketika harga X = 0 (harga konstan).

b : Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada perubahan variabel independen. Bila (+) arah garis naik, dan bila (-) maka arah garis turun.

X : Subjek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu.

3.8.2 Uji Hipotesis

Setelah semua data terkumpul dan telah dilakukan uji instrument dan uji asumsi maka langkah selanjutnya ialah menganalisis data, dimana analisis data ini merupakan tahapan yang penting dalam sebuah penelitian, untuk menganalisis data dalam penelitian ini, penulisan menggunakan analisis regresi (Y) apabila variabel bebas (X) diketahui. Regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen. Uji hipotesis ini digunakan untuk membuktikan dan menguji hipotesis, sehingga peneliti mendapat kesimpulan dari penelitian ini. Rumusan hipotesis alternatif (H_a) dan hipotesis nolnya (H_o) adalah seperti berikut:

H_o : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel X dan variabel Y

H_a : Ada pengaruh yang signifikan antara variabel X dan variabel Y

Dasar pengambilan keputusan hasil uji hipotesisnya ialah jika Signifikan t hitung < Signifikan 0,05 maka H_o ditolak dan jika

Signifikan t hitung $>$ Signifikan 0,05 maka H_0 diterima (Sarjono dan Julianita 2011: 101).

3.8.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui persentase pengaruh serentak variabel-variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Nilai koefisien determinasi mempunyai nilai interval nol sampai satu ($0 \leq R^2 \leq 1$). Jika $R^2=1$, berarti besarnya persentase X terhadap variasi (naik-turunnya) Y secara bersama-sama adalah 100%. Hal ini menunjukkan bahwa apabila koefisien determinasi mendekati 1, maka akan terjadi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependennya semakin kuat, maka akan semakin cocok pula garis regresi untuk meramalkan Y (Madona, 2017).

3.8.4 Uji t

Uji t pada dasarnya digunakan untuk menunjukkan seberapa jauhnya pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan signifikan level 0,05 ($\alpha=5\%$). Sarjono dan Julianita (2011: 101) menyatakan dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai probabilitas lebih kecil daripada atau sama dengan nilai probabilitas Sig. ($0,05 \leq \text{Sig.}$) maka H_0 diterima (H_a ditolak). Artinya tidak signifikan

2. Jika nilai probabilitas lebih besar daripada atau sama dengan nilai probabilitas Sig. ($0,05 \geq \text{Sig.}$) maka H_a diterima (H_0 ditolak). Artinya signifikan



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.1 Sejarah Singkat Bank Syariah Mandiri KCP Darussalam

Bank Syariah Mandiri lahir pada tahun 1999, sesungguhnya merupakan hikmah sekaligus berkah pascakrisis ekonomi dan moneter 1997-1998. Krisis ekonomi dan krisis moneter yang terjadi pada Juli 1997 sampai 1998, yang disusul dengan krisis multi-dimensi termasuk di panggung politik nasional, menimbulkan banyak dampak negatif yang sangat hebat diberikan terhadap sendi kehidupan masyarakat, tidak terkecuali pada dunia usaha. Dalam kondisi yang terjadi tersebut, industri perbankan nasional yang didominasi oleh bank-bank konvensional mengalami krisis yang sangat luar biasa. Pemerintah mengambil tindakan dengan merestrukturisasi dan merekapitalisasi sebagian bank-bank di Indonesia (Bank Syariah Mandiri, 2017).

Pada saat bersamaan, pemerintah melakukan penggabungan (merger) empat bank (Bank Dagang Negara, Bank Bumi Daya, Bank Exim dan Bapindo) menjadi satu bank baru bernama PT. Bank Mandiri (Persero) pada tanggal 31 Juli 1999. Kebijakan penggabungan tersebut juga menempatkan PT Bank Mandiri (Persero) Tbk. Sebagai pemilik mayoritas baru BSB. Sebagai tindak lanjut dari keputusan merger, Bank Mandiri melakukan

konsolidasi serta membentuk Tim Pengembangan Perbankan Syariah. Pembentukan tim ini bertujuan untuk mengembangkan layanan perbankan syariah di kelompok perusahaan Bank Mandiri, sebagai respon atas diberlakukannya UU No. 10 tahun 1998, yang memberi peluang bank umum untuk melayani transaksi syariah (*dual banking system*) (Bank Syariah Mandiri, 2017).

Tim Pengembangan Perbankan Syariah memandang bahwa pemberlakuan UU tersebut merupakan momentum yang tepat untuk melakukan konversi PT Bank Susila Bakti dari bank konvensional menjadi bank syariah. Oleh karenanya, Tim Pengembangan Perbankan Syariah segera mempersiapkan sistem dan infrastrukturnya, sehingga kegiatan usaha BSB berubah dari bank konvensional menjadi bank yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah dengan nama PT Bank Syariah Mandiri sebagaimana tercantum dalam Akta Notaris: Sutjipto, SH, No. 23 tanggal 8 September 1999, 25 Oktober 1999. Selanjutnya, melalui Surat Keputusan Deputi Gubernur Senior Bank Indonesia No. 1/1/KEP.DGS/ 1999, BI menyetujui perubahan nama menjadi PT Bank Syariah Mandiri. Menyusul pengukuhan dan pengakuan legal tersebut, PT Bank Syariah Mandiri secara resmi mulai beroperasi sejak Senin tanggal 25 Rajab 1420 H atau tanggal 1 November 1999 (Bank Syariah Mandiri, 2017).

PT Bank Syariah Mandiri hadir, tampil dan tumbuh sebagai bank yang mampu memadukan idealisme usaha dengan nilai-nilai rohani, yang melandasi kegiatan operasionalnya. Harmoni antara

idealisme usaha dan nilai-nilai rohani inilah yang menjadi salah satu keunggulan Bank Syariah Mandiri dalam kiprahnya diperbankan Indonesia. BSM hadir untuk bersama membangun Indonesia menuju Indonesia yang lebih baik (Bank Syariah Mandiri, 2017).

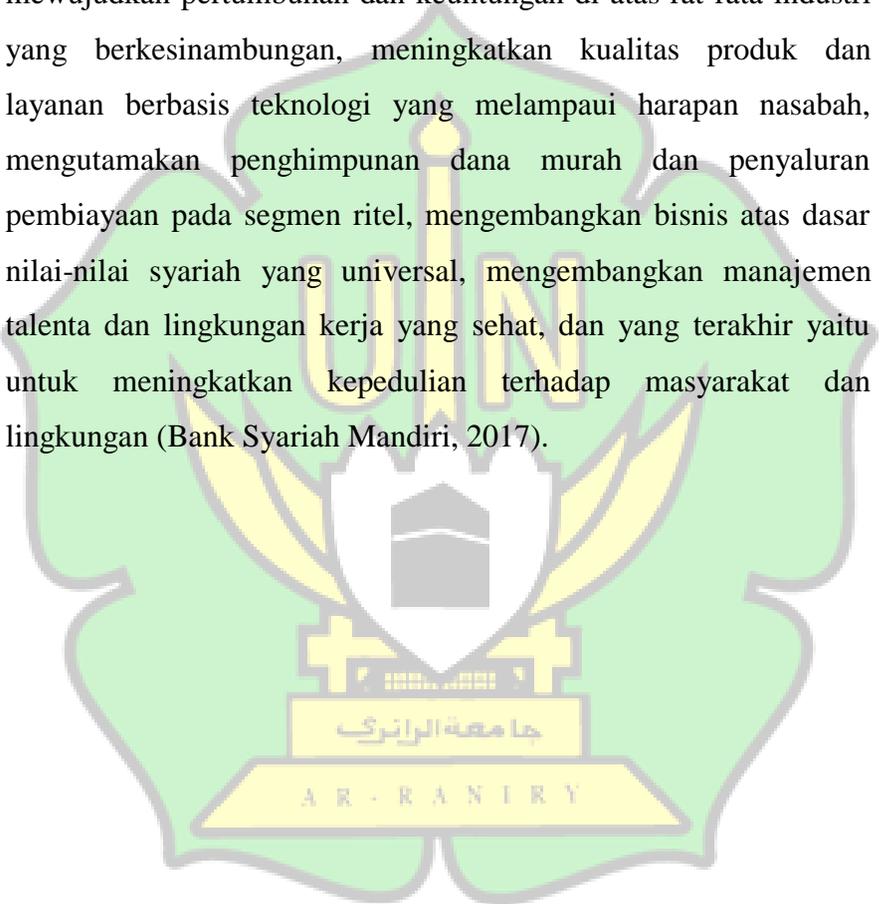
Seiring berjalannya waktu, Bank Syariah Mandiri hadir dan membuka kantor cabang diberbagai daerah, salah satunya di Aceh, selain membuka kantor cabang Bank Syariah Mandiri juga membuka kantor cabang pembantu di Aceh, salah satunya kantor cabang pembantuan kantor kas di Darussalam. Bank Syariah Mandiri membuka kantor kas di Darussalam Jl. Inoeng Balee yang berfungsi sebagai tempat pembayaran SPP para mahasiswa/i. Pada tahun 2009, Bank Syariah Mandiri membuka kantor cabang pembantu yang letaknya di Jl. T. Nyak Arif No. 376 Darussalam Banda Aceh, selain berfungsi sebagai tempat pembayaran SPP mahasiswa/i juga berfungsi bagi masyarakat yang ingin mengambil pembiayaan dan tempat bertransaksinya masyarakat. Diantaranya untuk usaha warung mikro, pembiayaan untuk pensiunan maupun pembiayaan implant (Shanty, 2017).

4.1.2 Visi dan Misi

Bank Syariah Mandiri mempunyai visi antara lain yaitu: pertama visi untuk nasabah yang memberikan banyak pilihan mamfaat, menentramkan dan memakmurkan, visi menyediakan kesempatan beramanah dan berkarir profesional kepada setiap pegawai Bank Syariah Mandiri, dan visi yang terakhir ditujukan

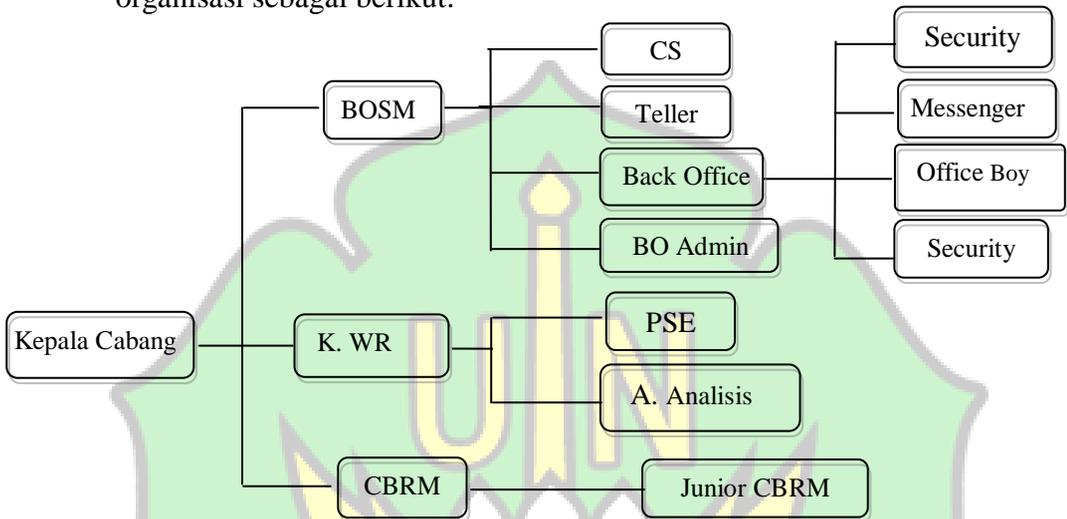
kepada investor yaitu sebagai institusi keuangan syariah Indonesia yang terpercaya dan terus memberikan *value* berkesinambungan (Bank Syariah Mandiri, 2017).

Adapun misi Bank Syariah Mandiri yaitu untuk mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan di atas rata-rata industri yang berkesinambungan, meningkatkan kualitas produk dan layanan berbasis teknologi yang melampaui harapan nasabah, mengutamakan penghimpunan dana murah dan penyaluran pembiayaan pada segmen ritel, mengembangkan bisnis atas dasar nilai-nilai syariah yang universal, mengembangkan manajemen talenta dan lingkungan kerja yang sehat, dan yang terakhir yaitu untuk meningkatkan kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan (Bank Syariah Mandiri, 2017).



4.1.3 Struktur Organisasi Bank Syariah Mandiri KCP Darussalam

Bank Syariah Mandiri KCP Darussalam mempunyai struktur organisasi sebagai berikut:



Sumber: BSM KCP Darussalam, 2018

Gambar 4.1

Struktur Organisasi Bank Syariah Mandiri KCP Darussalam

4.1.4 Standar Operasional Prosedur (SOP) *Customer Service*

Standar operasional prosedur (SOP) adalah sebuah bentuk rencana kerja dan menjadi pedoman dalam bekerja. Salah satu pedoman kerja yang telah tertulis secara sistematis dalam buku pedoman (Manual), dapat diharapkan dapat memberikan mamfaat yang baik terhadap *customer service* (Saraswati, 2017). Berikut standar operasional prosedur Bank Syariah Mandiri.

1. Standar Penampilan

Pakaian yang dikenakan oleh *customer service* pada hari senin sampai kamis *customer service* menggunakan baju kemeja lengan panjang dengan celana panjang berwarna gelap dan polos sesuai yang telah ditetapkan oleh perusahaan, dan pada hari jumat *customer service* menggunakan pakaian batik. Dan *customer service* juga tidak pernah lupa menggunakan *ID Card* pada kantung kemeja sebelah kiri. Dan *customer service* juga tidak menggunakan riasan wajah dan aksesoris yang berlebihan (Saraswati, 2017).

2. Sikap Pelayanan *Customer Service*

Customer service harus selalu senantiasa berada di mejanya dan selalu siaga dalam menunggu nasabah yang akan datang. *Customer service* harus selalu menyambut nasabah yang datang dengan senyuman yang ikhlas dan ramah serta berdiri sambil mengucapkan salam dan mempersilahkan nasabah untuk duduk. Setelah itu, memperkenalkan diri, dilanjutkan dengan menanyakan nama nasabah, kemudian menawarkan bantuan yang diperlukan kepada nasabah. Pada saat mengakhiri pelayanan diharapkan *customer service* menawarkan bantuan lainnya kepada nasabah, selanjutnya ketika nasabah sudah mengatakan selesai dengan urusannya, maka *customer*

service tersenyum sambil mengucapkan terimakasih dan mengucapkan salam (Saraswati, 2017).

3. Standar Tangible

Bukti fisik yang harus ditaati oleh *customer service* yaitu mengenai kondisi meja dan peralatan kerja yang tersusun rapi dan bersih. Tidak terdapat barang pribadi *customer service*, seperti *handphone* diatas meja kerja. Diatas meja depan bagian kanan terdapat satu perangkat komputer yang selalu menyala ada saat jam kerja dan bersebelahan dengan kalender. Tidak lupa pula ada terdapat tempat brosur beserta brosurnya di meja *customer service* bagian kiri. Juga pada bagian depan terdapat tempat permen yang berisikan permen, yang memberikan fungsi sebagai cemilan untuk nasabah ketika sedang menunggu *customer service* menginput atau memasukkan data nasabah ke perangkat komputer. Mesin *printer* yang terletak diatas meja samping *customer service* yang berguna untuk mencetak berkas-berkas yang berkaitan dengan nasabah yang memudahkan *customer service* tanpa harus ke *back office* (Saraswati, 2017).

4.2 Hasil Pengamatan

Menurut pengamatan yang peneliti lakukan dengan cara melakukan observasi ke Bank Syariah Mandiri kantor Cabang Pembantu (KCP) Darussalam, peneliti mengamati bahwa *customer*

*service*Bank Syariah Mandiri kantor Cabang Pembantu (KCP) Darussalam telah menerapkan standar operasional prosedur (SOP) *customer service*. Hal ini di buktikan bahwa peneliti mengamati:

1. Standar penampilan

Customer service pada hari senin sampai kamis *customer service* menggunakan baju kemeja lengan panjang dengan celana panjang berwarna gelap dan polos sesuai yang telah ditetapkan oleh perusahaan, dan pada hari jumat *customer service* menggunakan pakaian batik, dan tidak menggunakan riasan atau aksesoris yang berlebihan. Dan *customer service* tidak lupa menggunakan *ID Card* pada kantung kemeja sebelah kiri. Dari hal tersebut dapat dikatakan *customer service*Bank Syariah Mandiri kantor Cabang Pembantu (KCP) Darussalam telah menerapkan standar operasional prosedur (SOP) *customer service* pada standar penampilan.

2. Standar Pelayanan

Dari pengamatan yang peneliti lakukan, *customer service* senantiasa menjaga meja untuk menunggu nasabah yang akan datang. Kemudian, *customer service* berdiri menyambut nasabah dengan ramah , dan memberikan senyuman, juga mengucapkan salam. *Customer service* juga memperkenalkan diri dengan dilanjutkan dengan menanyakan nama nasabah dan menanyakan bantuan apa yang diperlukan oleh nasabah. Sampai akhir pelayanan

customer service membantu menjawab semua masalah nasabah, dan mengakiri dengan mengucapkan terimakasih sambil tersenyum dan mengucapkan salam.

3. Standar Tangible

Dari pengamatanyang dilakukan di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu (KCP) Darussalam, bukti fisik yang didapat dari mengamati *customer service* sudah sesuai dengan SOP *customer service*. Meja dan peralatan kerja *customer service* tersusun rapi dan bersih. Tidak terdapat barang pribadi yang ada dimeja kerja. Di atas meja terdapat perangkat komputer dan kalender juga brosur tentang Bank Syariah Mandiri, dan tempat permen yang berguna untuk cemilan nasabah ketika sedang menunggu *customer service* memasukan dan menginput data nasabah.

4.3 Statistik Deskripsi

Pada penelitian ini dilakukan pengujian pengaruh dari Kualitas Pelayanan *customer service* sebagai variabel *independen* dan Kepuasan Nasabah sebagai variabel *dependen*. Berikutini statistik deskripsi dari masing-masing variabel dapat dilihat pada Tabel 4.1

Tabel 4.1
Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics			
	N	Mean	Std. Deviation
Kualitas Pelayanan (X)	95	66,41	5,614
Kepuasan Nasabah (Y)	95	16,24	1,699
Valid N (listwise)	95		

Sumber: Data Primer Out Put SPSS Statistik IBM versi 21, 2018

Berdasarkan hasil pada Tabel 4.1 dapat dilihat bahwa variabel independen yaitu Kualitas Pelayanan mempunyai nilai rata-rata keseluruhan dari 16 item pertanyaan adalah sebesar 66,41 sedangkan variabel dependen mempunyai nilai rata-rata keseluruhan dari 4 item pertanyaan adalah sebesar 16,24. Berikut nilai rata-rata peritem pertanyaan dapat dilihat pada Tabel 4.2

Tabel 4.2
Rata-rata dan Rata-rata Gabungan

No	Pertanyaan/Item	Rata-rata	Rata-rata Gabungan
X1	Kemampuan <i>customer service</i> (CS) melakukan pelayanan tepat waktu	4,02	
X2	Kemampuan <i>customer service</i> (CS) memberikan pelayanan yang akurat	4,15	
X3	<i>Customer service</i> (CS) memiliki pengetahuan dalam menjawab pertanyaan nasabah	4,20	
X4	<i>Customer service</i> (CS) melayani nasabah secara cepat dan tepat	3,98	
X5	Kesediaan memahami keinginan dan kesulitan nasabah	3,97	
X6	<i>Customer service</i> (CS) selalu siap dalam memenuhi kebutuhan perbankan nasabah	4,04	

Tabel 4.2–Lanjutan

No	Pertanyaan/Item	Rata-rata	Rata-rata Gabungan
X7	<i>Customer service</i> (CS) memiliki kemampuan untuk menciptakan hubungan yang baik dengan nasabah	4,02	
X8	<i>Customer service</i> (CS) menanamkan kepercayaan kepada setiap nasabah	4,10	
X9	Bank Syariah Mandiri memberikan jaminan kepada nasabah apabila nasabah ada keluhan	4,06	
X10	<i>Customer service</i> (CS) mau berkomunikasi dengan nasabah	4,30	
X11	Dalam pelayanannya, <i>customer service</i> (CS) ramah dan tangap atas keluhan nasabah	4,21	4,15
X12	Pelayanan yang diberikan <i>customer service</i> (CS) tidak memandang status sosial nasabah	4,28	
X13	Penampilan fisik gedung yang baik dan bagus	3,87	
X14	<i>Customer service</i> (CS) berpenampilan yang bersih, rapi, tidak berlebihan	4,35	
X15	Ruangan transaksi perbankan bersih dan nyaman	4,36	
X16	Bank memiliki fasilitas dan perlengkapan yang modern seperti ATM, dan internet banking	4,43	
Y1	Pelayanan di Bank Syariah Mandiri sangat baik dan memuaskan	4,12	
Y2	Pelayanan yang diberikan pegawai Bank Syariah Mandiri sesuai dengan harapan	4,02	
Y3	Pelayanan Bank Syariah Mandiri sama seperti bank syariah lainnya	4,06	4,06
Y4	Pelayanan Bank Syariah Mandiri sudah memenuhi standar dan syarat syariah	4,01	

Sumber: Data Primer Out Put SPSS Statistik IBM versi 21, 2018

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat rata dari variabel kualitas pelayanan didapat rata-ratanya yaitu sebesar 4,15 dan rata-rata dari variabel kepuasan nasabah yaitu sebesar 4,06.

4.4 Deskripsi Data Responden

Dalam penelitian ini, peneliti telah memperoleh data responden melalui penyebaran kuesioner atau angket. Peneliti memilih memaparkan deskripsi data responden nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu (KCP) Darussalam melalui informasi jenis kelamin, umur, pendidikan terakhir, dan pekerjaan responden.

4.4.1 Karakteristik Responden menurut Jenis Kelamin

Dalam penelitian responden yang diambil adalah nasabah yang bertransaksi pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu (KCP) Darussalam. Adapun responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel 4.3

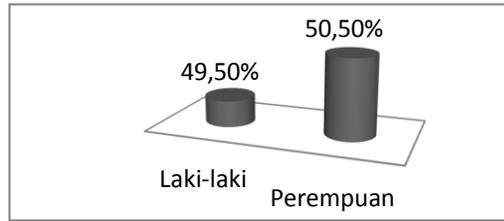
Tabel 4.3

Karakteristik Responden menurut Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1	Laki-laki	47	49,5%
2	Perempuan	48	50,5%
	Total	95	100%

Sumber: Data Primer Out Put SPSS Statistik IBM versi 21, 2018

Berdasarkan Tabel 4.3 dapat dilihat bahwa responden yang paling banyak adalah berjenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 48 responden, sedangkan sisanya laki-laki yaitu sebanyak 47 responden. Berikut besaran persentase responden berdasarkan jenis kelamin ditampilkan pada Gambar 4.2



Sumber: Data Primer Out Put SPSS Statistik IBM versi 21, 2018

Gambar 4.2

Diagram Jenis Kelamin Responden

Berdasarkan gambar 4.2 terlihat bahwa hanya beda beberapa responden saja antara laki-laki dengan perempuan. Responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 49,5%, sedangkan responden yang berjenis kelamin perempuan adalah 50,5%.

4.4.2 Karakteristik Responden menurut Usia

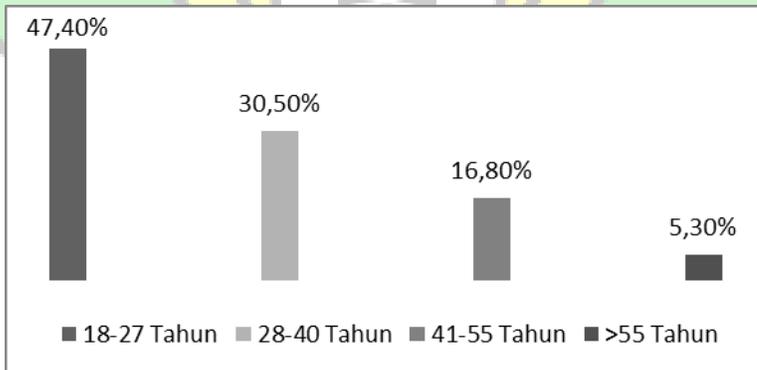
Dalam penelitian ini, peneliti mengelompokkan umur responden berdasarkan 4 kategori yaitu 18-27, 28-40, 41-55, >55. Berikut tabel responden berdasarkan jenis kelamin, sebagaimana terlihat pada tabel 4.4

Tabel 4.4
Karakteristik Responden menurut Usia

No	Usia	Frekuensi	Persentase
1	18-27	45	47.4%
2	28-40	29	30.5%
3	41-55	16	16.8%
4	>55	5	5,3%
Total		95	100%

Sumber: Data Primer Out Put SPSS Statistik IBM versi 21, 2018

Berdasarkan tabel 4.4 dapat diketahui bahwa responden yang paling banyak berdasarkan umur adalah nasabah yang berusia 18-27 tahun, sebesar 45 orang, sedangkan responden yang paling sedikit adalah umur >55 tahun yaitu hanya 5 orang. Berikut gambaran responden berdasarkan umur terlihat pada Gambar 4.3



Sumber: Data Primer Out Put SPSS Statistik IBM versi 21, 2018

Gambar 4.3
Diagram Usia Responden

Berdasarkan umur responden pada diagram di atas, dapat dilihat bahwa responden yang mendominasi adalah responden yang berusia 18-27 tahun yaitu sebanyak 47,4%, hal ini karena tempat yang menjadi lokasi peneliti melakukan penelitian adalah lokasi yang menjadi area perkuliahan yang menjadi sarana belajar dan mengajar, sehingga umur 18-27 tahun menjadi responden yang mendominasi. Sedangkan yang paling sedikit adalah umur >55 yaitu hanya 5,3%.

4.4.3 Karakteristik Responden menurut Pendidikan Terakhir

Dalam penelitian ini, peneliti melihat pendidikan terakhir responden meliputi: <SMA, SMA/SMK/MA, D3/S1, S2/S3. Berikut tabel karakteristik responden menurut pendidikan terakhir dapat dilihat di tabel 4.5

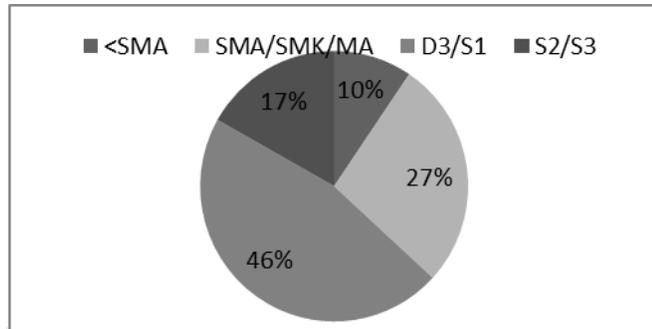
Tabel 4.5
Karakteristik Responden menurut Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentase
1	<SMA	9	9,5%
2	SMA/SMK/MA	26	27,4%
3	D3/S1	44	46,3%
4	S2/S3	16	16,8%
	Total	95	100%

Sumber: Data Primer Out Put SPSS Statistik IBM versi 21, 2018

Berdasarkan tabel 4.5 dapat diketahui bahwa responden yang paling banyak berdasarkan pendidikan terakhir adalah nasabah yang berpendidikan terakhir D3/S1 sebesar 44 orang, sedangkan responden yang paling sedikit adalah <SMA yaitu

hanya 9 orang. Berikut gambaran responden berdasarkan pendidikan terakhir terlihat pada Gambar 4.4



Sumber: Data Primer Out Put SPSS Statistik IBM versi 21, 2018

Gambar 4.4

Diagram Pendidikan Terakhir Responden

Berdasarkan pendidikan terakhir responden pada diagram diatas, dapat dilihat bahwa responden yang mendominasi adalah responden yang berpendidikan terakhir D3/S1 yaitu sebanyak 46,3%, hal ini terjadi karena lokasi penelitian yang dilakukan oleh peneliti merupakan area yang terdapat sarana belajar dan mengajar, sehingga banyak responden yang mendominasi pendidikan terakhir yaitu D3/S1. Sedangkan yang paling sedikit adalah <SMA yaitu hanya 9,5%.

4.4.4 Karakteristik Responden menurut Pekerjaan

Dalam penelitian ini peneliti melihat karakteristik responden berdasarkan pekerjaan, yang meliputi: Pelajar/Mahasiswa, PNS/BUMN, Petani/Pedagang/Pengusaha, Pegawai Swasta, Ibu

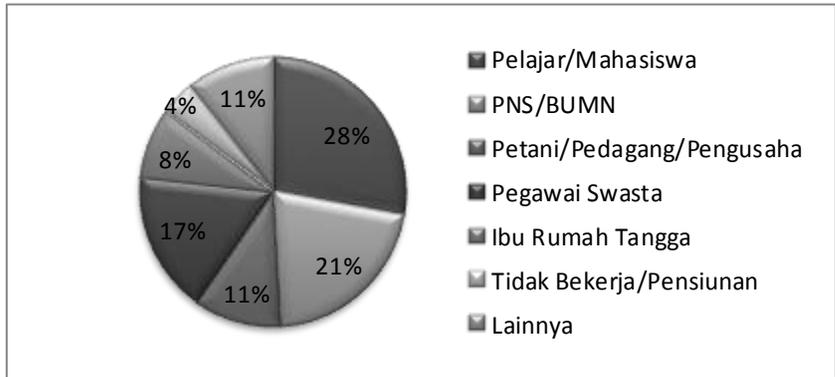
Rumah Tangga, Tidak Bekerja/Pensiunan, dan Pekerjaan Lainnya. Seperti di Tabel 4.6

Tabel 4.6
Karakteristik Responden menurut Pekerjaan

No	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
1	Pelajar/mahasiswa	27	27,6%
2	PNS/BUMN	20	21,1%
3	Petani/pedagang/pengusaha	10	10,5%
4	Pegawai swasta	16	16,8%
5	Ibu rumah tangga	8	8,4%
6	Tidak bekerja/pensiunan	4	4,2%
7	Lainnya	10	10,5%
	Total	95	100%

Sumber: Data Primer Out Put SPSS Statistik IBM versi 21, 2018

Berdasarkan tabel 4.6 diatas dapat dilihat bahwa, responden yang mayoritas yaitu Pelajar/ Mahasiswa dengan jumlah 27 orang, diikuti dengan nasabah yang merupakan PNS/BUMN sebanyak 20 orang dan Pegawai Swasta berjumlah 16 orang, kemudian Petani/Pedagang/Pengusahadan Pekerjaan Lainnya berjumlah 10 orang, kemudian Ibu Rumah Tangga berjumlah 8 orang, dan terakhir Tidak Bekerja/Pensiunan berjumlah 4 orang. Berikut persentase besaran karakteristik responden yang berdasarkan pekerjaan dapat dilihat pada diagram dibawah ini.



Sumber: Data Primer Out Put SPSS Statistik IBM versi 21, 2018

Gambar 4.5

Diagram Pekerjaan Responden

Berdasarkan diagram diatas, dapat kita lihat persentase responden yang paling banyak adalah pelajar/mahasiswa sebanyak 27% dan yang paling sedikit yaitu tidak bekerja/pensiunan sebanyak 4%.

4.5 Uji Validitas dan Reliabilitas

4.5.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk menguji valid atau tidak setiap butir pertanyaan/pernyataan yang terdapat didalam kuesioner, maka dilakukan penyebaran kuesioner kepada seluruh responden yaitu sebanyak 95 responden. berikut hasilnya terlihat pada tabel 4.7

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas 95 Responden

Variabel	r tabel n= 95	<i>Pearson Correlation</i> n = 95	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X)			
KP1	0,169	0,566	Valid
KP2	0,169	0,482	Valid
KP3	0,169	0,532	Valid
KP4	0,169	0,621	Valid
KP5	0,169	0,568	Valid
KP6	0,169	0,591	Valid
KP7	0,169	0,578	Valid
KP8	0,169	0,618	Valid
KP9	0,169	0,600	Valid
KP10	0,169	0,532	Valid
KP11	0,169	0,615	Valid
KP12	0,169	0,640	Valid
KP13	0,169	0,544	Valid
KP14	0,169	0,654	Valid
KP15	0,169	0,625	Valid
KP16	0,169	0,465	Valid
Kepuasan Nasabah (Y)			
KN1	0,169	0,668	Valid
KN2	0,169	0,574	Valid
KN3	0,169	0,533	Valid
KN4	0,169	0,518	Valid

Sumber: Data Primer Out Put SPSS Statistik IBM versi 21, 2018

Berdasarkan tabel 4.7 pada uji validitas di atas dapat kita ketahui bahwa setiap pernyataan yang ada dalam instrumen dinyatakan valid. Hal ini dapat diketahui dengan membandingkan setiap nilai r hitung (*pearson corelation*) dengan r tabel dan hasilnya menunjukkan bahwa nilai r hitung (*pearson corelation*) setiap komponen pernyataannya lebih besar dari pada r tabel (Sudarmanto, 2013: 58). Dengan pengambilan keputusan r tabel diambil dengan rumus $df=N-k-1$, dan dapat dilihat pada tabel r tabel nomor 93 yaitu 0,169, sedangkan r hitung lebih besar dari 0,169.

4.5.2 Uji Reliabilitas

Uji reabilitas digunakan untuk melihat derajat ketepatan, ketelitian, atau keakuratan yang ditunjukkan oleh instrumen pengukuran. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan uji reabilitas dilakukan dengan menggunakan bantuan SPSS versi 21.dapat dilihat pada tabel 4.8.

Tabel 4.8
Hasil Uji Reliabilitas 95 Responden

Variabel	Jumlah item	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X)	16	0,872	Realibel
Kepuasan Nasabah (Y)	4	0,700	Realibel

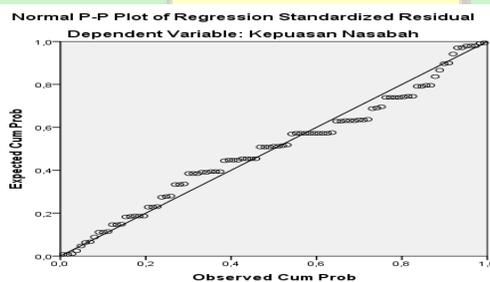
Sumber: Data Primer Out Put SPSS Statistik IBM versi 21, 2018

Berdasarkan tabel 4.8 diatas dapat disimpulkan bahwa, setiap pertanyaan/ Pernyataan dalam instrumen yang digunakan dinyatakan reliabel. Suatu kuesioner dinyatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* > 0,60, sedangkan jika nilai *Cronbach Alpha* < 0,60 maka item dinyatakan tidak reliabel (Sarjono dan Julianita, 2011: 45). Dapat dilihat bahwa item Variabel X dan Variabel Y dinyatakan reliabel dengan *Cronbach Alpha* sebesar 0,872 dan 0,700. Kedua nilai *Cronbach Alpha* > 0,60.

4.6 Uji Asumsi Klasik

4.6.1 Uji Normalitas

Uji normalitas berguna untuk tahap awal dalam pemilihan analisis data. Uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji normalitas dideteksi dengan melihat grafik normal *propability plot* dan grafik histogram (Erlina, 2008: 102). Uji normalitas dengan menggunakan pengolahan SPSS versi 21. Menghasilkan grafik sebagai berikut:

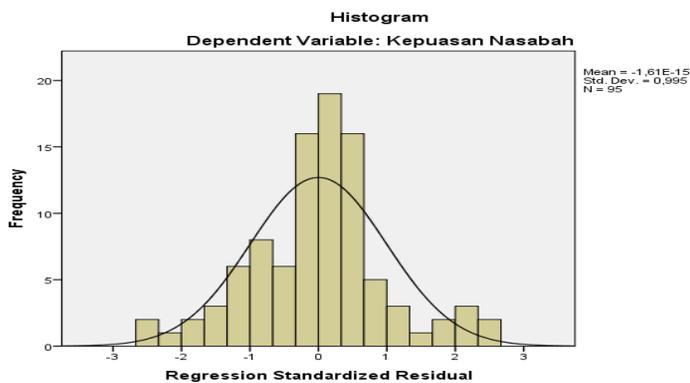


Sumber: Data Primer Out Put SPSS Statistik IBM versi 21, 2018

Gambar 4.6

Gambar Normal *Propability Plot*

Berdasarkan gambar diatas, hasil normalitas dengan menggunakan uji *p-p plot Regression StandarizedResidual* menunjukkan bahwa titik-titik yang menyebar di sekitar garis diagonal/menyebar mengikuti garis diagonal dan mengikuti model regresi sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang diolah merupakan data yang berdistribusi normal sehingga uji normalitas terpenuhi.



Sumber: Data Primer Out Put SPSS Statistik IBM versi 21, 2018

Gambar 4.7

Histogram Regression Standarized Residual

4.6.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah hubungan di antara variabel bebas memiliki masalah multikorelasi atau tidak. Cara mendeteksi bahwa variabel tersebut terjadi multikolinearitas atau tidak yaitu dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)*, jika nilai *Tolerance* $> 0,1$ dan nilai *VIF* di bawah 10 atau < 10 menunjukkan bahwa tidak adanya

multikolinearitas pada variabel independennya, sedangkan jika nilai *Tolerance* < 0,1 dan nilai VIF >10 maka akan menunjukkan adanya multikolinearitas (Sarjono dan Julianita, 2011: 70). Adapun hasil dari pengujian data tersebut dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.9
Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1		
(Constant)		
Kualitas Pelayanan	1,000	1,000

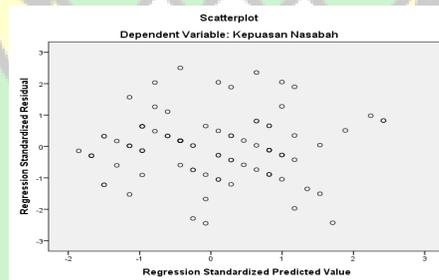
a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Data Primer Out Put SPSS Statistik IBM versi 21, 2018

Berdasarkan Tabel 4.9 menunjukkan bahwa variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini tidak terdapat hubungan multikoleniaritas, hal ini dapat dibuktikan dengan nilai *tolerance* dari kedua variabel independen > 0,10 yaitu nilai *tolerance* dari Kualitas Pelayanan adalah 1. Kemudian, nilai VIF dari variabel independen < 10,00 yaitu Kualitas Pelayanan mempunyai nilai VIF 1 yang menunjukkan tidak terdapatnya hubungan multikoleniaritas.

4.6.3 Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Untuk melihat apakah terjadinya heteroskedastisitas dapat dilihat dari grafik *Scatterplot*. Model yang baik adalah terjadinya homoskedastisitas atau tidak terjadinya heterokedastisitas (Sarjono dan Julianita, 2011: 65). Berdasarkan hasil pengolahan data, maka hasil *Scatterplot* dapat dilihat pada gambar di bawah ini Gambar 4.8



Sumber: Data Primer Out Put SPSS Statistik IBM versi 21, 2018

Gambar 4.8
Grafik Scatterplot

Berdasarkan gambar 4.8 dapat dilihat bahwa titik-titik data meyebar secara acak di atas dan di bawah atau di sekitar angka nol serta titik-titik data tidak membentuk pola tertentu yang jelas.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadinya masalah heterokedastisitas (Sarjono dan Julianita, 2011:70).

4.6.4 Uji Linieritas

Uji linieritas ini berfungsi untuk mengetahui bentuk hubungan variabel bebas dengan variabel terikat. Dasar pengambilan keputusannya adalah jika nilai sig. *Deviation from Linearity* > 0,05, maka terdapat hubungan linier antara variabel bebas dengan variabel terikat dan jika nilai sig. *Deviation from Linearity* < 0,05, maka tidak terdapat terdapat hubungan linier antara variabel bebas dengan variabel terikat (Sarjono dan Julianita, 2011:74).

Tabel 4.10
Hasil Uji Linieritas

	Model	Sig
Kepuasan Nasabah	(Combined)	,000
* Kualitas Pelayanan	Between Groups Linearity Deviation from Linearity	,000 ,082

Sumber: Data Primer Out Put SPSS Statistik IBM versi 21, 2018

Berdasarkan Tabel 4.10 dapat dilihat bahwa nilai sig. *Deviation from Linearity* pada penelitian ini adalah 0,082 maka artinya terdapat hubungan linier antara variabel bebas dengan variabel terikat.

4.7 Metode Analisis Data

4.7.1 Analisis Regresi Linier Sederhana

Sebelum peneliti melakukan pengujian hipotesis, maka terlebih dahulu peneliti melakukan analisis regresi linier sederhana. Analisis ini dilakukan untuk melihat berapa besar pengaruh yang diberikan oleh kualitas pelayanan *customer service* terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu (KCP) Darussalam. Adapun hasil analisis regresi linier sederhana dengan bantuan SPSS versi 21, dapat dilihat pada Tabel 4.11

Tabel 4.11
Analisis Regresi Linier Sederhana
Coefficients^a

Model	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3,095	1,582		1,956	,053
¹ Kualitas Pelayanan	,198	,024	,654	8,338	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Data Primer Out Put SPSS Statistik IBM versi 21, 2018

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat dirumuskan persamaan regresi linier sederhana sebagai berikut :

$$Y = a + bX \quad (4.1)$$

$$Y = 3,095 + 0,198 X$$

Persamaan diatas dapat dijelaskan bahwa, konstanta sebesar 3,095 mengandung arti bahwa nilai konsisten variabel kepuasan

nasabah adalah sebesar 3,095. Sedangkan koefisien regresi X sebesar 0,198 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai Kualitas Pelayanan, maka akan bertambah nilai Kepuasan Nasabah sebesar 19,8%. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap Y adalah positif.

4.7.2 Uji Hipotesis

4.7.2.1 Uji t

Uji statistik t dilakukan untuk membuktikan hipotesis yang telah dibuat sebelumnya. Berdasarkan Tabel 4.8 diperoleh nilai t hitung sebesar 8,338 dan nilai t tabel sebesar 1,986, maka dapat disimpulkan bahwa $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$. Dengan demikian hipotesis H_a yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah diterima. Maka hal ini mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu (KCP) Darussalam.

4.7.2.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi dilakukan untuk melihat seberapa besar kontribusi variabel bebas (kualitas pelayanan) terhadap variabel terikat (kepuasan nasabah). Nilai koefisien determinasi (R^2) ditentukan dengan nilai *R square*.

Tabel 4.12
Koefisien Determinasi (R²)
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,654 ^a	,428	,422	1,29231

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

Sumber: Data Primer Out Put SPSS Statistik IBM versi 21, 2018

Berdasarkan tabel diatas dapat menjelaskan bahwa besarnya nilai korelasi/ hubungan (R) yaitu sebesar 0,654. Dari output tersebut dapat diperoleh koefisien determinasi (R²) yaitu sebesar 0,428. Artinya pengaruh yang diberikan oleh kualitas pelayanan (variabel bebas) terhadap kepuasan nasabah (variabel terikat) Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu (KCP) Darussalam sebesar 42,8% sedangkan 57,2% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini.

4.8 Hasil Penelitian

4.8.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil perhitungan dengan analisis regresi linier sederhana dapat diperoleh persamaan regresi model di bawah ini:

$$Y = 3,095 + 0,198 X$$

Dari hasil perolehan persamaan model regresi linier sederhana dapat diketahui bahwa variabel X yaitu variabel kualitas

elayanan *customer service* menunjukkan koefisien regresi yang bernilai positif. hal ini dapat diartikan bahwa setiap penambahan 1% dari variabel kualitas pelayanan maka akan bertambah 19,8 % nilai variabel kepuasan nasabah.

Model regresi linier sederhana tersebut memiliki nilai koefisien korelasi atau R sebesar 0,654. Dari output tersebut juga dapat diperoleh koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,428, yang artinya bahwa kualitas pelayanan (variabel X) memberikan pengaruh sebesar 42,8 % terhadap kepuasan nasabah, sedangkan 57,2% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Hasil pengujian yang telah dilakukan ini membuktikan bahwa kualitas pelayanan *customer service* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hasil ini ditunjukkan pada perhitungan uji statistik pada uji parsial (t), di mana t hitung lebih besar daripada t tabel yaitu $8,338 > 1,986$. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, artinya H_a diterima dan H_0 ditolak.

Hasil pengamatan ini didukung dari penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Risdianty Harun (2016) tentang Pengaruh Pelayanan *Customer Service* terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank BRI Syariah KCP Sungguminasa. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah disampaikan pada bab sebelumnya, maka akan dikemukakan beberapa kesimpulan yang didapat dan diambil mengenai tingkat kualitas pelayanan *customer service* terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu (KCP) Darussalam. Tingkat kualitas pelayanan *customer service* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang pembantu (KCP) Darussalam, dengan t hitung sebesar 8,338 dan t tabel sebesar 1,986 atau t hitung $>$ t tabel. Berdasarkan uji koefisien determasi diperoleh nilai *R square* sebesar 0,428. Artinya tingkat kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan nasabah sebesar 42,8 % sedangkan 57,2% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel diluar penelitian ini. Dan *customer service* Bank Syariah Mandiri kantor Cabang Pembantu (KCP) Darussalam telah menerapkan standar operasional prosedur (SOP) *customer service*.

5.2 Saran

Dalam penelitian ini tentunya masih ditemukan banyak kekurangan, baik keterbatasan waktu, keterbatasan data, dan keterbatasan penulisan dari peneliti sendiri. Agar memperoleh hasil

yang lebih bagus dan lebih mendalam maka penulis menyarankan beberapa hal sebagai berikut:

1. Bagi Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu (KCP) Darussalam

Bagi Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu (KCP) Darussalam diharapkan dapat mempertahankan tingkat kualitas pelayanan *customer service* agar dapat mempertahankan kepuasan nasabah, dan diharapkan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu (KCP) Darussalam dapat mempertahankan dan meningkatkan standar dan syarat syariah terutama pada standar penampilan karyawan bank.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Diharapkan bagi peneliti selanjutnya agar dapat memperluas cakupan objek dan subjek, serta menambah variabel lainnya untuk memperkuat penelitian yang akan dilakukan.

3. Bagi Prodi S1 Perbankan Syariah

Bagi Prodi S1 Perbankan Syariah diharapkan selain memberikan ilmu tentang perbankan syariah alangkah lebih baiknya diikuti dengan memberikan pengetahuan tentang kualitas pelayanan yang baik dan kualitas pelayanan dalam perspektif Islam, karena kualitas pelayanan tersebut

merupakan aktivitas yang dilakukan yang bertujuan memberikan kepuasan terhadap yang menerimanya.



DAFTAR PUSTAKA

- Bachmid, Sofyan. *Konsep Kualitas Pelayanan dan Implikasinya Pemasaran Mahasiswa*, <https://www.academia.edu>, Diakses pada tanggal 23 November 2018
- Bank Indonesia. 2013. dari *Ikhtisar Perbankan* (<http://www.bi.go.id/id/perbankan/ikhtisar/lembaga/Contents/Default.aspx>), diakses pada tanggal 28 Oktober 2017
- Bank Syariah Mandiri. 2017. <https://www.syariahamandiri.co.id/>, di akses pada tanggal 15 Oktober 2018
- Barata, Adya Atep. 2003. *Dasar-dasar Pelayanan Prima*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- Pratiwi, Marizha Corry. 2009. *Pengaruh Customer Service Terhadap Kepuasan Pelanggan*. Skripsi Program Ilmu Komunikasi Non-Reguler Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta
- Erlina. 2008. *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen edisi kedua*. Medan: USU Press
- Harun, Risdayant. 2016. *Pengaruh Pelayanan Customer Service terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank BRI Syariah KCP Sungguminasa*. Skripsi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar
- Hasibuan, Malayu. 2005. *Dasar-dasar Perbankan*, Jakarta: PT Bumi Aksara
- Hutabalian, Yuniarta H dan Johnny Samuel Kalangi. 2015. *Peran Customer Service dalam Meningkatkan Mutu Pelayanan di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Unit Politeknik e-jurnal "Acta Dluma"*
- Ibrahim, A. *Pengertian Bank Syariah beserta Fungsinya*. (<https://pengertiandefinisi.com/pengertian-bank-syariah->

beserta-fungsinya/), diakses pada tanggal tanggal 15 Februari 2018

- Ikatan Bankir Indonesia (IBI) dengan Lembaga Sertifikasi Profesi Perbankan (LSPP). 2014. *Mengelola Bank Syariah*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Ismail. 2011. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Ismail. 2016. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: Kencana
- Karim, Adiwarmanto. 2008. *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Kasmir. 2004. *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana.
- Kotler, Philip. 2000. *Marketing Manajemen*. New Jersey: Prentice Hall
- Kotler, Philip. Armstrong, Gary. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi 12 Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Madona, Fitri. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang 16 Ilir Palembang*. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang
- Muchtar, Bustari dkk. 2016. *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*, Jakarta: Kencana
- Nurlatifah, Nova Rina. 2010. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Customer Service Terhadap Loyalitas Pelanggan Plaza Telkom Kandatel Yogyakarta*. Skripsi, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
- Octavia, R. 2016. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Index pada PT. Bank Index Kantor Cabang Lampung*. Tesis

Program Pascasarjana Magister Manajemen Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung

- Otoritas Jasa Keuangan. 2017. dari *Perbankan Syariah dan Kelembagaannya* (<http://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/tentang-syariah/Pages/PBS-dan-Kelembagaan.aspx>) diakses pada tanggal 5 Maret 2018
- Passe, Longginus. 2016. *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Studi Pada PT. Bank Papua Cabang Daerah Istimewa Yogyakarta*. Skripsi Program Studi Manajemen Jurusan manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta
- Pinontoan, W. 2013. *Pengaruh E-Banking, Kualitas Pelayanan, Kualitas Komunikasi Dan kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. Bank Mandiri Cabang Manado*. Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulangi Manado
- Purba. 2017. *Pengaruh Perubahan Bank Umum Syariah Terhadap Minat Menabung di Bank Aceh Syariah Pada Masyarakat Kabupaten Aceh Tenggara*. Jurnal, Fakultas Ekonomi Universitas Gunung Leuser Kutacane
- Rafidah. 2014. *Kualitas Pelayanan Islam pada Perbankan Syariah*. Jurnal Nalar Fiqh Volume 10 Nomor 2
- Ridwan. 2013. dari *Kualitas Pelayanan dalam Islam*. (<https://ridwan202.wordpress.com/2013/02/11/kualitas-pelayanan-dalam-islam/>). diakses pada tanggal 28 Desember 2017
- Rodani, Ahmad dan Abdul Hamid. 2008. *Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Zikrul Hakim
- Saraswati, Addina Astri. 2017. *Pelaksanaan Standar Operasional Prosedur (SOP) Customer Service sebagai Pendukung Kinerja Customer Service pada PT. Bank Syariah Mandiri*

Kantor Cabang Pembantu Painan. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang

- Sarjono, Haryadi dan Julianita, Winda. 2011. *SPSS vs LISREL: Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset.* Jakarta: Salemba Empat.
- Setiawan, Y. R. 2006. *Pengaruh Kepuasan Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dan Strategi Untuk Mencapai Keunggulan Bersaing Pada Bank Permata Cabang Yogyakarta.* Tesis Studi Magister Manajemen Program Pasca Sarjana Universitas Diponegoro
- Shakuntala, M. 2016. *Standar Operasional Prosedur bagi Petugas Pelayanan Pelanggan.* (<http://marceann.blogspot.co.id/2016/10/standar-operasional-prosedur-bagi.html>) diakses pada tanggal 8 November 2017
- Shanty, Keumala. 2017. *Penyelesaian Pembiayaan Bermasalah Warung Mikro pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam.* Diploma III Perbankan Syariah. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.
- Sudarso, Andriasan. 2016. *Manajemen Pemasaran Perhotelan.* Yogyakarta: Deepublish. Di ambil secara online dari <https://books.google.co.id>, tanggal 12 Juli 2018
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Bandung: Alfabeta

- Sulastrri, Eli. 2017. *Pengaruh Kualitas Customer Service terhadap Loyalitas Nasabah dalam Perspektif ekonomi Islam (Study Pada PT BPRS Mitro Agro Usaha Bandar Lampung)* Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Raden Intan Lampung
- Tho'in, Muhammad. 2011. *Pengaruh Faktor-faktor Kualitas Jasa terhadap kepuasan Nasabah di Baitul Mal Wat tamwil (BMT) tekun Karanggede Boyolali*. Jurnal IAIN Surakarta
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, Fandy dan Chandra, Gregorius. 2007. *Service & Quality Satisfaction*, Edisi 2. Yogyakarta: Andi Offset
- Ula, Ahmad Mutamimul. 2016. *Tingkat Kepuasan Nasabah terhadap Pelayanan dan Produk Pembiayaan Mikro di Pegadaian Syariah*. Skripsi Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah
- Wahab, Wirdayani. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Terhadap Kepuasan Nasabah Pegadaian Syariah di Kota Pekanbaru*. Jurnal Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahaputra Riau
- Wardani, Tri Ulfa. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Bisnis Jasa Transportasi Gojek (Studi Kasus Mahasiswa FEBI UIN Sumatera Utara)*. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara



1. Kuesioner Penelitian



KUESIONER PENELITIAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRRY
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
DARUSSALAM BANDA ACEH

Responden Yth,

Saya Alvi Naslia (140603088), mahasiswa jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Ranirry. Kuesioner ini disusun dalam rangka penelitian sebagai syarat kelulusan yang mengenai tentang **“Analisis Tingkat Kualitas Pelayanan *Customer Service* terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Darussalam)”**.

Mengingat pentingnya data ini, saya mengharapkan kepada Bapak/Ibu/Saudara(i) untuk dapat mengisi dengan lengkap sesuai dengan kondisi yang sebenarnya. Jawaban yang Bapak/Ibu/Saudara(i) berikan hanya digunakan untuk penelitian dan dijamin kerahasiaannya. Atas perhatian dan waktu Bapak/Ibu/Saudara(i) saya ucapkan terimakasih.

Bagian I

Pertanyaan pada bagian I merupakan pertanyaan yang berhubungan dengan data atau identitas responden. Berikan tanda centang (✓) pada pilihan yang sesuai dengan jawaban anda.

Nama: _____

1. Jenis Kelamin:

Laki-laki

Perempuan

2. Usia:

8- 28 tahun

41-55 tahun

8-40 tahun

> 55

3. Pendidikan Terakhir:

SMA

D3/S1

SMA/SMK/MA

S2/S3

4. Pekerjaan:

Pelajar/Mahasiswa

Petani/Pedagang/Pengusaha

PNS/ BUMN

Pegawai Swasta

Ibu Rumah Tangga

Tidak Bekerja/Pensiunan

Lainnya

5. Agama:

Islam

Hindu

Kristen

Budha

Hindu

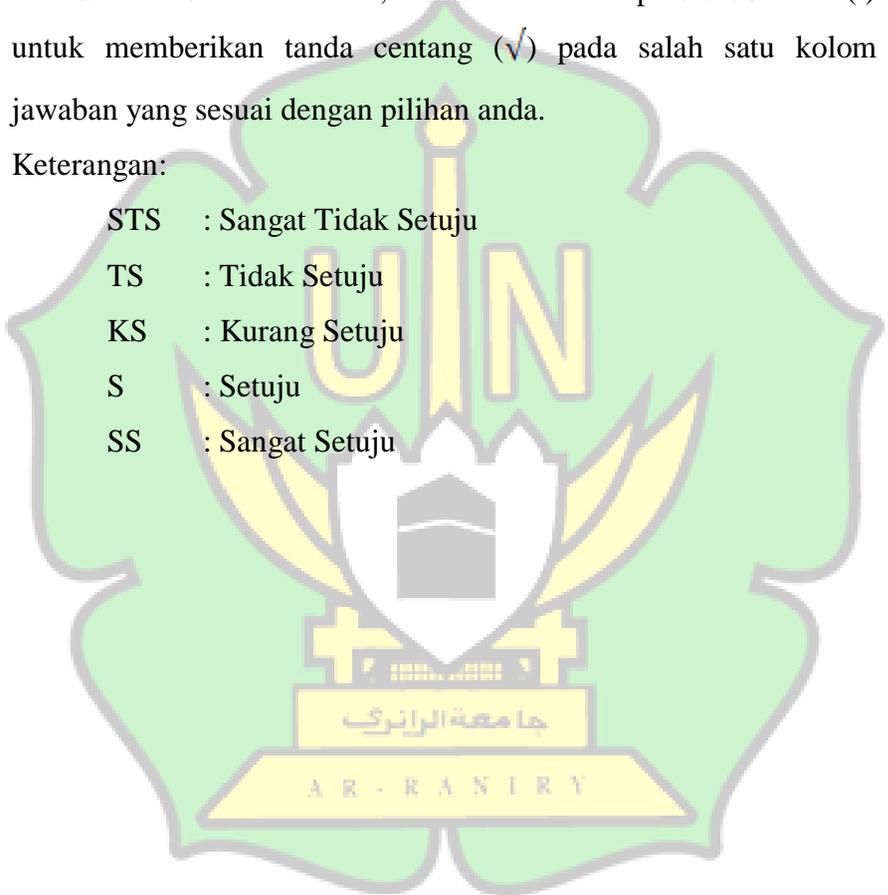


Bagian II

Pertanyaan pada bagian II yaitu pertanyaan yang berkaitan dengan Kualitas Pelayanan *Customer Service* dan kepuasan nasabah Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Pembantu (KCP) Darussalam. Oleh karena itu, dimohon untuk Bapak/Ibu/Saudara(i) untuk memberikan tanda centang (✓) pada salah satu kolom jawaban yang sesuai dengan pilihan anda.

Keterangan:

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



Kualitas Pelayanan (Variabel X)						
No	Indikator	STS	TS	KS	S	SS
Reability (Keandalan)						
1	Kemampuan <i>customer service</i> (CS) melakukan pelayanan tepat waktu					
2	Kemampuan <i>customer service</i> (CS) memberikan pelayanan yang akurat					
3	<i>Customer service</i> (CS) memiliki pengetahuan dalam menjawab pertanyaan nasabah					
Responsiveness (Ketanggapan)						
4	<i>Customer service</i> (CS) melayani nasabah secara cepat dan tepat					
5	Kesediaan memahami keinginan dan kesulitan nasabah					
6	<i>Customer service</i> (CS) selalu siap dalam memenuhi kebutuhan perbankan nasabah					
Assurance (Jaminan)						
7	<i>Customer service</i> (CS) memiliki kemampuan untuk menciptakan hubungan yang baik dengan nasabah					
8	<i>Customer service</i> (CS) menanamkan kepercayaan kepada setiap nasabah					
9	Bank Syariah Mandiri memberikan jaminan kepada nasabah apabila					

Kualitas Pelayanan (Variabel X)						
	nasabah ada keluhan					

Empati (Perhatian)

10	<i>Customer service</i> (CS) mau berkomunikasi dengan nasabah					
11	Dalam pelayanannya, <i>customer service</i> (CS) ramah dan tangap atas keluhan nasabah					
12	Pelayanan yang diberikan <i>customer service</i> (CS) tidak memandang status sosial nasabah					

Tangibles (Bukti Fisik)

13	Penampilan fisik gedung yang baik dan bagus					
14	<i>Customer service</i> (CS) berpenampilan yang bersih, rapi, tidak berlebihan					
15	Ruangan transaksi perbankan bersih dan nyaman					
16	Bank memiliki fasilitas dan perlengkapan yang modern seperti ATM, dan internet banking					

Kepuasan Nasabah (Y)						
No	Indikator	STS	TS	KS	S	SS
1	Pelayanan di Bank Syariah Mandiri sangat baik dan memuaskan					
2	Pelayanan yang diberikan pegawai Bank Syariah Mandiri sesuai dengan					

	harapan					
3	Pelayanan Bank Syariah Mandiri sama seperti bank syariah lainnya					
4	Pelayanan Bank Syariah Mandiri sudah memenuhi standar dan syarat syariah					



2. HASIL KUESIONER

Kualitas Pelayanan (X)

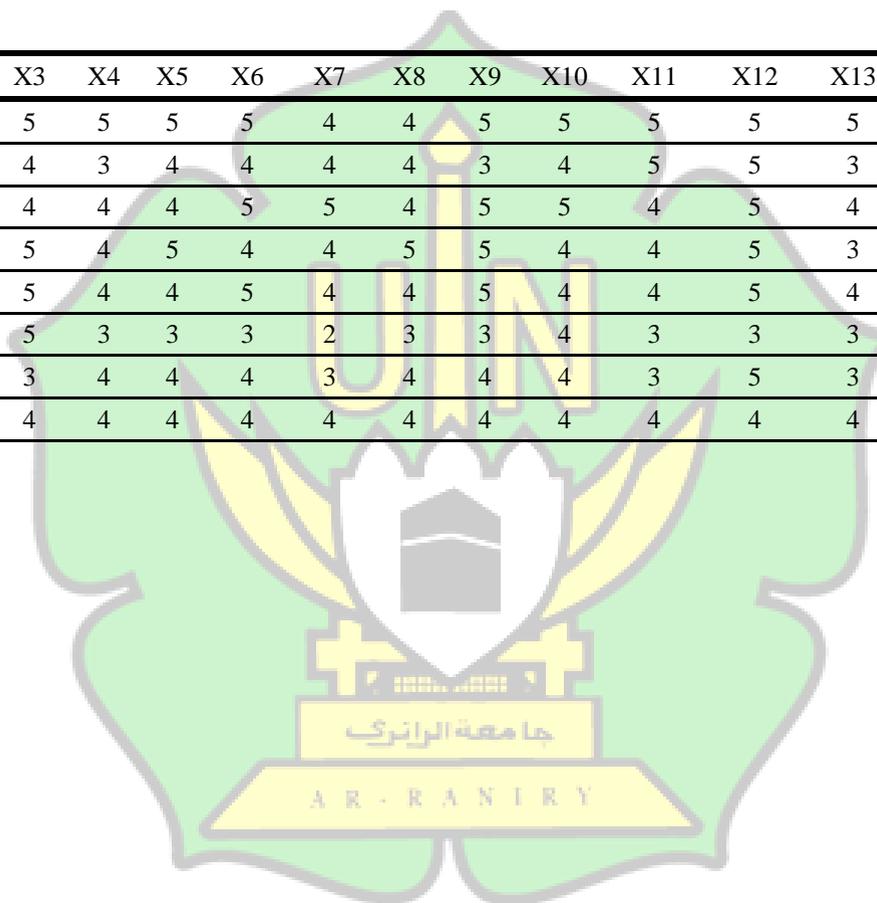
No	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15	X16
1	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5
6	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5
7	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4
8	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
9	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
11	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	5	5	5
12	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4
13	5	4	4	4	3	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5
14	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4
15	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4

No	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15	X16
16	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5
17	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5
18	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	5	5	5	4
19	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4
20	4	5	5	4	4	4	5	4	3	5	5	5	4	5	5	5
21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
22	4	5	4	3	4	4	3	5	3	4	4	5	4	4	5	5
23	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
24	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	5	5	5	5	5	5
25	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5
26	4	4	4	4	2	2	4	4	3	4	5	5	4	5	4	5
27	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5
28	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5
29	4	4	5	3	4	4	4	4	4	5	5	4	3	4	5	4
30	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
32	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5
33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4

No	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15	X16
34	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	5
35	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
37	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5
38	4	4	4	4	4	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
39	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
40	5	5	4	4	4	4	5	5	5	3	4	4	5	5	5	4
41	4	4	4	5	5	3	5	5	4	4	4	4	2	4	4	5
42	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4
43	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	3	5	5	5
45	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4
46	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
47	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
48	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5
49	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3
50	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5
51	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5

No	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15	X16
52	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	3	4	4	4
53	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4
54	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5
55	4	5	4	3	4	4	2	4	3	4	3	2	3	4	4	5
56	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5
57	4	5	4	3	4	4	3	4	4	5	4	4	2	4	2	4
58	4	4	4	4	4	4	1	3	3	4	4	4	3	4	3	5
59	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	5	4	4	5	4
60	4	4	5	4	4	5	3	4	4	5	4	5	4	5	4	4
61	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	5	4	5	4	5
62	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4
63	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4
64	2	3	4	3	4	3	4	4	3	5	4	4	3	4	4	5
65	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
66	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4
67	2	3	4	4	4	3	3	2	4	4	5	4	5	4	4	4
68	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
69	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4

No	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15	X16
88	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4
89	4	5	4	3	4	4	4	4	3	4	5	5	3	4	4	5
90	3	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5
91	3	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	3	4	4	5
92	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5
93	4	4	5	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3	4	4	5
94	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	5	3	5	5	5
95	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4



Kepuasan Nasabah (Y)

No	KN1	KN2	KN3	KN4
1	4	5	4	4
2	4	4	4	4
3	4	2	4	3
4	4	4	4	4
5	4	4	4	3
6	4	4	4	4
7	4	4	4	5
8	4	4	4	4
9	4	4	4	4
10	5	5	5	5
11	5	5	5	4
12	5	4	5	4
13	5	5	5	5
14	4	4	5	4
15	4	4	4	4
16	4	3	4	4
17	5	5	5	5
18	4	4	4	4
19	3	4	3	3
20	4	4	4	4
21	5	5	5	5
22	4	4	5	4
23	4	4	4	4
24	5	4	5	4
25	5	5	5	5
26	4	4	4	5
27	4	4	3	4
28	4	4	4	5
29	4	3	4	2

No	KN1	KN2	KN3	KN4
30	5	5	4	3
31	4	4	4	3
32	4	4	4	4
33	4	4	4	4
34	4	4	5	4
35	4	4	4	5
36	4	4	4	4
37	4	4	4	4
38	4	4	4	4
39	4	4	4	4
40	4	4	4	5
41	4	4	2	4
42	4	4	4	4
43	5	5	4	5
44	5	5	4	5
45	4	4	4	4
46	4	3	4	4
47	4	4	4	4
48	5	5	5	4
49	4	4	3	4
50	5	4	4	5
51	5	4	4	4
52	4	5	4	4
53	4	3	4	4
54	4	4	4	4
55	4	4	4	3
56	5	5	4	4
57	4	5	4	4
58	4	3	3	3
59	4	3	4	4
60	3	4	4	4

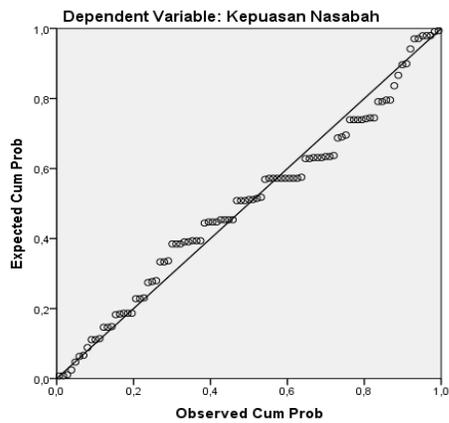
No	KN1	KN2	KN3	KN4
61	4	3	4	4
62	4	5	4	4
63	4	4	4	4
64	3	4	4	4
65	4	4	4	4
66	4	4	4	4
67	4	5	3	2
68	4	3	4	4
69	4	3	4	4
70	3	3	3	4
71	3	3	4	4
72	3	4	4	4
73	3	3	4	4
74	4	4	4	3
75	4	4	4	4
76	4	4	4	4
77	4	4	4	4
78	5	5	5	5
79	4	3	4	3
80	4	3	4	3
81	5	4	4	5
82	4	4	4	4
83	5	4	3	3
84	5	5	4	4
85	5	5	4	4
86	4	4	4	4
87	4	4	4	4
88	4	4	4	4
89	4	3	4	4
90	4	4	5	4
91	4	5	4	4

No	KN1	KN2	KN3	KN4
92	4	4	5	4
93	3	4	3	4
94	4	4	4	4
95	4	5	5	5

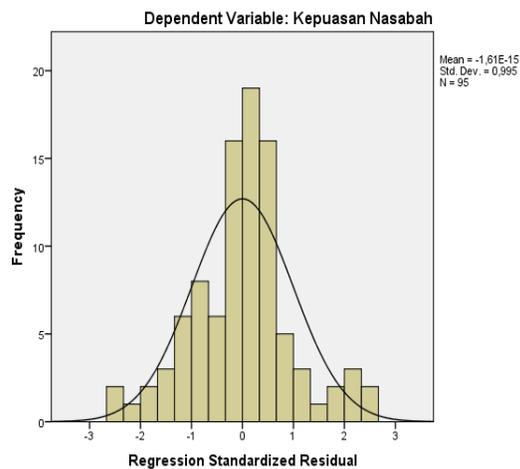
3. Hasil Uji Statistik

Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Histogram

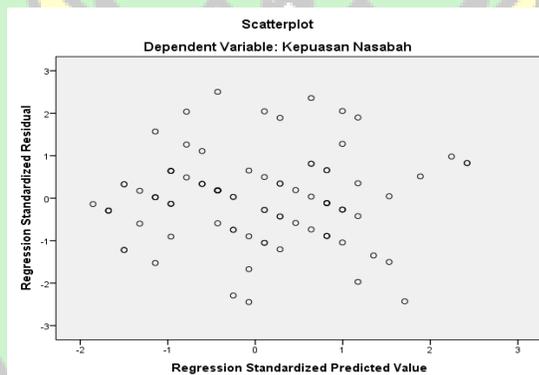


Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3,095	1,582		1,956	,053		
	Kualitas Pelayanan	,198	,024	,654	8,338	,000	1,000	1,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Uji Heterokedastisitas



Uji Linieritas

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Nasabah * Kualitas Pelayanan	Between Groups	(Combined)	166,768	23	7,251	4,919	,000
		Linearity	116,116	1	116,116	78,769	,000
		Deviation from Linearity	50,652	22	2,302	1,562	,082
	Within Groups		104,664	71	1,474		
	Total		271,432	94			

Analisis Regresi Linier Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,095	1,582		1,956	,053
	Kualitas Pelayanan	,198	,024	,654	8,338	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,654 ^a	,428	,422	1,29231

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

Nama : Alvi Naslia
 Tempat/Tanggal Lahir : Cot Mane, 17 Agustus 1997
 Jenis Kelamin : Perempuan
 Pekerjaan/NIM : Mahasiswa/140603088
 Alamat : Dusun Balai Tengah, Desa Krueng Batee,
 Kecamatan Kuala Batee, Kabupaten Aceh
 Barat Daya
 Agama : Islam
 Kewarganegaraan : Indonesia
 Nomor Hp : 081263889414
 Email : alvi.naslia22@gmail.com
 Tinggi Badan : 161 cm
 Berat Badan : 55 kg

DATA ORANG TUA

Nama Ayah : M.Nasir Hisja
 Pekerjaan : Wiraswasta
 Nama Ibu : Sulusul Laili
 Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
 Alamat : Dusun Balai Tengah, Desa Krueng Batee,
 Kecamatan Kuala Batee, Kabupaten Aceh
 Barat Daya

RIWAYAT PENDIDIKAN

SD : SD 2 Kuala Batee (2002-2008)
SMP : MTsN Unggul Susoh (2008-2011)
SMA : SMA Unggul Tunas Bangsa (2011-2014)
Perguruan Tinggi : Universitas Islam Negeri Ar-Raniry
(2014-2018)

Banda Aceh, 31 Oktober 2018

Penulis,

Alvi Naslia

