

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH
PADA PT. BANK SYARIAH MANDIRI KANTOR
CABANG 16 ILIR PALEMBANG**



Oleh:

Fitri Madona

NIM: 14180079

TUGAS AKHIR

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang

**Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Perbankan
Syariah**

(A.md)

PALEMBANG

2017

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Fitri Madona

Nim : 14180079

Jenjang : D3 Perbankan Syariah

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir yang berjudul: “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang 16 Ilir Palembang” adalah benar-benar hasil karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Palembang, Juli 2017

Fitri Madona

Nim: 14180079

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

Hidup ini penuh pilihan dan konsekuensi, entah hari ini ataupun besok yang jelas kamu harus menentukan pilihan terbaik untuk hidupmu dimasa depan kelak. Dan apapun yang terjadi nantinya, yang pasti kamu harus menghadapi apa yang telah kamu pilih.

Kupersembahkan Kepada :

- ✓ Allah SWT
- ✓ Muhammad SAW
- ✓ Ayahku (Ali Rahman) dan Ibuku (Sukmawati) yang senantiasa bersabar menunggu kelulusan saya, memberikan doa, motivasi, serta semangat yang luar biasa.
- ✓ Kakakku (Selli Septalia) dan Adikku (Saputra Ramadhani) yang ikut memberikan semangat agar saya tidak menyerah.
- ✓ Pembimbing terbaikku Ibu Titin Hartini dan Ibu Iceu Sri Gustiana
- ✓ Sahabat-sahabat terbaikku khususnya, Echa Siska Aprilia, Eci Permitasari, Edina Sari, Elsa Erkapiana, Henda Dwi Piana dan teman-teman satu angkatan 2014 terkhusus kelas DPS 3.
- ✓ Dosen-dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
- ✓ Almamaterku tercinta

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang 16 Ilir Palembang”** yang disusun sebagai syarat untuk menyelesaikan studi pada Program Study Diploma III Perbankan Syariah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang. Adalah suatu hal yang mustahil tentunya bila tugas akhir ini dapat terselesaikan tanpa bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati penulis bermaksud untuk mengucapkan terimakasih kepada :

1. Almamaterku tercinta UIN Raden Fatah Palembang tempat saya menuntut dan menimba ilmu.
2. Bapak Prof. Drs. H. Sirozi , MA. PhD selaku Rektor UIN Raden Fatah Palembang.
3. Ibu Dra. Qodariah Barkah, M.H.I , selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang.
4. Bapak Dinnul Alfian Akbar, SE., M.Si selaku Ketua Program Studi Diploma III Perbankan Syariah.
5. Ibu RA Ritawati, M.H.I selaku Sekretaris Program Studi Diploma III Perbankan Syariah.

6. Ibu Titin Hartini, SE., M.Si selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Iceu Sri Gustiana, S.S, MM selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu, selalu sabar dalam memberikan bimbingan, arahan, solusi serta kebijaksanaannya selama penulisan tugas akhir ini.
7. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan pengajaran kepada penulis serta staf administrasi, tata usaha, dan staf keamanan yang telah banyak membantu penulis selama menjadi mahasiswi di Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.
8. Kedua Orang tuaku tercinta Bapak Ali Rahman dan Ibu Sukmawati yang selalu memberikan motivasi, dukungan, semangat, kasih sayang yang tak terhingga, serta doa agar penulis dapat menjadi seorang yang sukses dan berbakti kepada kedua orang tua.
9. Kakakku tercinta Selli Septalia dan Adikku Saputra Ramadhani yang selama ini telah memberikan nasihat, semangat dan doanya.
10. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang 16 Ilir Palembang selaku perusahaan tempat penulis melakukan penelitian beserta seluruh staf dan karyawan yang telah membantu penulis selama penelitian.
11. Untuk seluruh sahabat serta teman-temanku tercinta khususnya Echa, Eci, Dina, Elsa dan Henda yang selalu ada disetiap suka maupun duka selama berkuliah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Semoga persahabatan kita tidak pernah putus meskipun nanti sudah berpisah dan lulus.
12. Eka Sulistiana atas ilmu dan pemahaman selama penulis menyelesaikan tugas akhir ini.

13. Teman-teman seangkatan 2014 khususnya kelas DPS 3.
14. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir dan kuliah penulis dari awal sampai akhir.

Penulis menyadari bahwa baik dalam pengungkapan, penyajian dan pemilihan kata-kata maupun pembahasan materi tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, dengan penuh kerendahan hati penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari semua pihak untuk perbaikan tugas akhir ini. Terakhir penulis berharap semoga tugas akhir ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak.

Palembang, 26 April 2017

Fitri Madona

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
ABSTRAK	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
BAB I : PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Sistematika Penulisan	8
BAB II : LANDASAN TEORI	9
2.1 Kualitas Pelayanan	9
2.2 Kepuasan Nasabah	18
2.3 Penelitian Terdahulu	25
2.4 Kerangka Berfikir	37
2.5 Pengembangan Hipotesis	38
BAB III : METODE PENELITIAN	39
3.1 Ruang Lingkup Penelitian	39

3.2 Lokasi Penelitian	39
3.3 Jenis Penelitian	39
3.4 Variabel-variabel Penelitian	40
3.5 Definisi Operasional Variabel	40
3.6 Jenis dan Sumber Data	42
3.7 Populasi dan Sampel	43
3.8 Teknik Pengumpulan data	44
3.9 Instrument Penelitian	46
3.10 Teknik Analisis Data	47
3.11 Analisis Deskriptif	48
3.12 Analisis Regresi Linier Sederhana	49
3.13 Pengujian Hipotesis	50
BAB IV : PEMBAHASAN	52
4.1 Karakteristik Responden	52
4.2 Instrument Penelitian	56
4.3 Uji Asumsi Klasik	59
4.4 Analisis Deskriptif	62
4.5 Analisis Regresi Linier Sederhana	65
4.6 Pengujian Hipotesis	66
4.7 Hasil dan Pembahasan	68
BAB V : PENUTUP	70
5.1 Simpulan	70
5.1 Saran	70

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Berfikir	37
Gambar 4.1	Kurva Normal Probability P-Plot	59

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Nasabah Bank Syariah Mandiri kantor Cabang 16 Ilir Palembang 2012-2016	4
Tabel 1.2	Research Gap Penelitian Terdahulu	5
Tabel 2.1	Ringkasan Penelitian Terdahulu	31
Tabel 3.1	Definisi Variabel dan Indikatornya	41
Tabel 3.2	Kategori Penilaian Variabel Penelitian	49
Tabel 4.1	Jenis Kelamin Responden	52
Tabel 4.2	Usia Responden	53
Tabel 4.3	Agama Responden	54
Tabel 4.4	Pekerjaan Responden	55
Tabel 4.5	Pendidikan Terakhir Responden	56
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas	57
Tabel 4.7	Uji Realibilitas	58
Tabel 4.8	Uji Normallitas Kolmogorov-Smirnov	60
Tabel 4.9	Uji Heteroskedastisitas	61
Tabel 4.10	Uji Linieritas	62

Tabel 4.11	Hasil Analisis Deskriptif Jawaban Responden terhadap Variabel Kualitas Pelayanan (X)	63
Tabel 4.12	Hasil Analisis Deskriptif Jawaban Responden terhadap Variabel Kepuasan Nasabah (Y).....	64
Tabel 4.13	Analisis Regresi Linier Sederhana.	65
Tabel 4.14	Uji Koefisien Determinasi.	66
Tabel 4.15	Uji t atau Parsial	67

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Era globalisasi persaingan bisnis menjadi semakin sangat tajam, baik dipasar domestik (nasional) maupun dipasar internasional. Perusahaan memerlukan strategi untuk menghadapi persaingan yang saat ini semakin lama semakin ketat. Terdapat berbagai tantangan dalam mencapai keberhasilan perusahaan. Untuk mengantisipasinya, perusahaan dituntut untuk dapat bekerja dengan baik dengan menggunakan berbagai macam sumber daya yang dimiliki agar dapat diterima di pasar. Salah satu yang perlu diperhatikan perusahaan dalam mencapai keberhasilan adalah kualitas pelayanan.

Pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi atau perorangan kepada konsumen, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki.¹ Secara umum, pelayanan di Indonesia masih dinilai kurang baik dan dianggap betele-tele sehingga masalah tersebutlah yang harus diperbaiki oleh perusahaan dan lembaga lainnya agar dapat merubah citra buruk tersebut menjadi lebih baik. Seperti yang kita ketahui, masalah adalah ketidaksesuaian suatu keadaan dengan apa yang diinginkan. Begitu

¹ <http://eprints.undip.ac.id/29246/1/Skripsi002.pdf> diakses pada tanggal 19 Februari pukul

juga halnya dalam dunia perbankan, perkembangan teknologi yang semakin maju membuat keunggulan suatu produk sulit untuk dipertahankan, karena pada dasarnya produk lebih mudah untuk ditiru. Untuk itulah, pelayanan yang baik dan berkualitas sangat diperlukan agar dapat memberikan pelayanan yang prima dan kualitas sesuai yang diinginkan serta diharapkan oleh para nasabahnya agar dapat membuat nasabah merasa puas.

Salah satu cara untuk menciptakan kepuasan nasabah melalui peningkatan kualitas, karena pelanggan adalah fokus utama ketika kita mengungkap tentang kepuasan dan kualitas nasabah. Persoalan kualitas sudah menjadi “harga yang harus dibayar” oleh perusahaan agar tetap dapat bertahan dalam bisnisnya. Saat ini hampir semua perusahaan, terlebih perusahaan jasa dapat menghasilkan kualitas pelayanan yang sama dengan diterapkan ISO 9001.²

Menurut Parasuraman, et al, Kualitas pelayanan mengidentifikasi upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima atau peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka terima atau mereka harapkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan.

² Rambat Lupiyoadi, A, Hamdani. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat 2008, hal 168.

Menurut Parasuraman, et al terdapat beberapa dimensi dari kualitas pelayanan antara lain *reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangibles*.³ Dimensi-dimensi ini menentukan tingkat kepuasan dari para nasabah. Kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah sangat berkaitan sangat erat. Kualitas pelayanan memberikan suatu dorongan kepada nasabah untuk menjalin ikatan yang kuat dengan bank. Ikatan seperti ini dalam jangka panjang memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Pada dasarnya kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan atas produk atau jasa akan berpengaruh pada pola perilaku selanjutnya.

Demikian pula dengan bisnis perbankan, yang merupakan bisnis berdasarkan azas kepercayaan, masalah kualitas pelayanan menjadi faktor yang sangat penting dalam menentukan keberhasilan ini. Karena berhasil atau tidaknya suatu bisnis perbankan bergantung pada kepuasan nasabahnya. Jika nilai dalam perbankan bagi nasabah adalah kemudahan bertransaksi, maka kepuasan nasabah akan didapat pada bank yang mampu memberikan kemudahan dalam bertransaksi finansial yang dilakukan.⁴

Dalam hal ini, pelayanan adalah hal utama yang sangat diprioritaskan oleh PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang 16 Ilir Palembang. Memberikan kualitas pelayanan yang baik serta cekatan adalah suatu motivasi

³ Fandy Tjiptono. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta : C.V ANDI OFFSET. 2014, hal 282.

⁴ Loc.it. *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, hal 194

kerja bagi pihak Bank dalam mempertahankan nasabahnya yang artinya nasabah tersebut puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh Bank.

PT. Bank Syariah Mandiri hadir sebagai bank yang memegang teguh prinsip-prinsip syariah dalam pelaksanaan operasionalnya. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang 16 Ilir Palembang sadar betul bahwa kualitas pelayanan memiliki peran penting dalam penciptaan kepuasan nasabah. Nasabah yang semakin kritis terhadap pelayanan yang diperoleh, membuat Bank Syariah Mandiri harus dapat melaksanakan kegiatan operasional sebaik mungkin untuk memberikan pelayanan terbaik.

Memiliki misi meningkatkan kualitas produk serta layanan berbasis teknologi yang melampaui harapan nasabah, bank syariah mandiri dalam perkembangannya selalu berupaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan baik dari segi karyawan maupun fasilitas yang diberikan oleh Bank Syariah Mandiri.

Tabel 1.1

**Jumlah Nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang 16 Ilir Palembang
Tahun 2012-2016**

Tahun	Jumlah Nasabah
2012	1.448
2013	1.081
2014	842
2015	1.010
2016	1.076

Sumber : Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang 16 Ilir Palembang, 2017.

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa jumlah nasabah Bank Syariah Mandiri mengalami fluktuatif. Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa terjadi penurunan jumlah nasabah dari tahun 2012 hingga tahun 2013 yaitu sebesar 367 orang, selanjutnya pada tahun 2014 hal yang sama juga terjadi yaitu jumlah nasabah pada tahun tersebut masih mengalami penurunan sebesar 239 orang. Kemudian pada tahun 2015 ternyata jumlah nasabah mengalami peningkatan yang cukup baik sebesar 168 orang, sedangkan pada tahun 2016 jumlah nasabah juga mengalami peningkatan namun dapat terlihat bahwa peningkatan ditahun 2016 tidak lebih baik dibanding tahun sebelumnya yang hanya berjumlah 66 orang. Peningkatan dan penurunan jumlah nasabah ini dapat menunjukkan seberapa tinggi tingkat kepuasan yang dirasa nasabah dalam memperoleh pelayanan dari Bank Syariah Mandiri.

Berdasarkan dari penelitian terdahulu, mengindikasikan adanya *research gap* dari pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah yakni sebagai berikut.

Tabel 1.2

***Research Gap* Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah**

Pengaruh	Hasil Penelitian	Peneliti
Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah	Terdapat pengaruh positif antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah	1. Choiratul Umammah 2. Husnul Khatimah 3. Yuzza Bayhaqi 4. Munica Apriani
Kepuasan Nasabah	Tidak terdapat pengaruh antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah	1. Adi Kuswanto

Sumber : Dikumpulkan dari berbagai sumber, 2017.

Dari tabel 1.2 diatas menjelaskan bahwa Pengaruh kualitas pelayanan yang diteliti oleh Choirotul Ummah, Husnul Khatimah, Yuzza Bayhaqi, dan Munica Apriani pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Hal ini bertentangan dengan penelitian Adi Kuswanto yang menunjukkan bahwa hanya dimensi *tangibles dan empathy* yang berpengaruh positif sedangkan pada dimensi *Reliability, responsiveness, assurance* tidak berpengaruh secara positif serta signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Dari fenomena diatas, menunjukkan bahwa setiap kejadian empiris tidak selalu sama dengan teori yang ada. Hal ini ditunjukkan dengan adanya *research gap* yang menunjukkan adanya pengaruh yang berbeda pada setiap variabel kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah. Dengan demikian PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang 16 Ilir Palembang harus memberikan pelayanan yang terbaik agar nasabah merasa aman dan nyaman. Dengan melihat dasar inilah yang melatar belakangi dan membuat penulis merasa tertarik untuk membahas dan menuangkannya dalam karya tulis ilmiah dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang 16 Ilir Palembang”**

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang tersebut maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut : Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang 16 Ilir Palembang?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan pokok permasalahan diatas, penelitian ini bertujuan sebagai : Untuk mengetahui secara rinci bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang 16 Ilir Palembang.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Penulis

Untuk menambah wawasan, pengalaman, dan pengetahuan yang berhubungan dengan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada suatu bank.

2. Bagi Pihak Bank

Adalah untuk memberikan masukan, evaluasi dan pemikiran bagi PT Bank Syariah Mandiri Kantor 16 Ilir Palembang khususnya dalam hal yang berhubungan dengan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah.

3. Bagi Lembaga Akademisi dan Peneliti

Dapat dijadikan referensi selanjutnya dan memberikan informasi serta pengetahuan kepada pihak akademisi dan peneliti mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang 16 Ilir Palembang.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk memperoleh pembahasan yang sistematis, maka penulis perlu menyusun sistematika sedemikian rupa sehingga dapat menunjukkan hasil penelitian yang baik dan mudah dipahami. Adapun sistematika tersebut adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang permasalahan, rumusan masalah, tujuan, kegunaan, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bagian ini mengkaji teori-teori yang mendasari pembahasan secara detail yang digunakan dalam penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang jenis dan sumber data, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, uji validasi dan teknik analisa data.

BAB IV PEMBAHASAN

Bab ini berisi hasil analisa dan pembahasan dari hasil penelitian berdasarkan pengaruh kompensasi dan motivasi kerja terhadap kinerja karyawan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang 16 Ilir Palembang.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dan saran.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Kualitas Pelayanan

2.1.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Parasuraman mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Tjiptono menjelaskan bahwa apabila jasa yang diterima atau disarankan sesuai dengan yang diharapkan, kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan.⁵

Menurut Wyckof (dalam Lovelock) kualitas jasa merupakan tingkat keunggulan (*excellence*) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Dengan kata lain, terdapat dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa: jasa yang diharapkan (*expected service*) dan jasa yang dipersepsikan (*perceived service*) (Parasuraman, et al.).⁶

Salah satu pendekatan kualitas pelayanan yang banyak dijadikan acuan dalam riset pemasaran adalah model SERVQUAL (*Service Quality*) yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithmal, dan Berry dalam serangkaian penelitian mereka terhadap enam sektor jasa : reparasi, peralatan rumah tangga, kartu kredit, asuransi, serta perbankan ritel.

⁵ Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : Andi Offset, 2013 hal 100.

⁶ Fandy Tjiptono. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta : Andi Offset. 2014, hal 268.

SERVQUAL dibangun atas adanya perbandingan dua faktor utama, yaitu persepsi pelanggan atas layanan yang nyata mereka terima (*perceived service*) dengan layanan yang sesungguhnya diharapkan (*expected service*). Jika kenyataannya lebih dari yang diharapkan maka layanan dapat berkualitas, dan sebaliknya. Singkat kata, kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima (Parasuraman, dkk).⁷

2.1.2 Pengertian Kualitas

Kotler merumuskan bahwa kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Garvin menyatakan lima macam perspektif kualitas yang berkembang. Kelima macam perspektif inilah yang bisa menjelaskan mengapa kualitas bisa diartikan secara beraneka ragam oleh orang yang berbeda dalam situasi yang berlainan.

Adapun kelima macam perspektif kualitas tersebut adalah :

a) Pendekatan Transendental (*transcendental approach*)

Dalam pendekatan ini kualitas dipandang sebagai keunggulan bawaan (*innate excellence*), dimana kualitas dapat dirasakan atau diketahui, tetapi sulit didefinisikan dan dioperasionalkan.

b) Pendekatan Berbasis Produk (*product-based approach*)

⁷ Rambat Lupiyoadi, A. Hamdani. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat 2008, hal 181.

Pendekatan ini menganggap bahwa kualitas merupakan karakteristik atau atribut yang dapat dikuantitatifkan dan dapat diukur.

c) Pendekatan Berbasis Pengguna (*user-based approach*)

Pendekatan ini didasarkan pada pemikiran bahwa kualitas tergantung pada orang yang memandangnya sehingga produk yang paling memuaskan preferensi seseorang (misalnya, kualitas yang dirasakan merupakan produk berkualitas paling tinggi).

d) Pendekatan Berbasis Manufaktur (*manufacturing-based approach*)

Perspektif ini bersifat berdasarkan pasokan (*supply-based*) dan secara khusus memperhatikan praktik-praktik perekayasaan dan kemanufakturan serta mendefinisikan kualitas sebagai kesesuaian atau kesamaan dengan persyaratan.

e) Pendekatan Berbasis Nilai (*value-based approach*)

Kualitas dalam perspektif relatif sehingga produk yang paling bernilai adalah barang atau jasa yang paling tepat untuk dibeli (*best-buy*).⁸

2.1.3 Pengertian Pelayanan

Zeithmal dan Bitner dalam Hurriyati mengemukakan bahwa pada dasarnya jasa adalah seluruh aktivitas ekonomi dengan output selain produk dalam pengertian fisik, dikonsumsi dan diproduksi pada saat yang bersamaan, memberikan nilai tambah, dan secara prinsip tidak berwujud (*tangible*) bagi pembeli pertamanya.⁹

⁸ Loc.it. *Perilaku Konsumen*, hal 99

⁹ Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : Andi Offset, 2013
hal 93.

Menurut Philip Kotler, jasa atau layanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksi layanan bisa berkaitan dengan produk fisik atau sebaliknya.

Layanan dapat dibagi ke dalam beberapa kelompok, yaitu sebagai berikut: (Philip Kotler)

1) Barang berwujud murni

Tawaran hanya terdiri dari barang berwujud dan tidak jasa yang menyertainya. Dapat diambil contoh: gula, sabun, garam.

2) Barang berwujud dengan disertai pelayanan

Tawaran yang terdiri dari barang berwujud yang disertai satu atau beberapa layanan. Dapat diambil contoh: mobil, sepeda motor.

3) Campuran

Tawaran terdiri dari barang dan jasa dengan proporsi yang sama. Dapat diambil contoh: rumah sakit, café.

4) Jasa utama yang disertai barang dan jasa tambahan

Tawaran terdiri dari suatu jasa utama disertai jasa tambahan dan atau barang pendukung. Dapat diambil contoh: penumpang pesawat.

5) Jasa murni

Tawaran hanya terdiri dari jasa. Dapat diambil contoh: psikoterapi.¹⁰

2.1.4 Karakteristik Pelayanan

Kotler mengemukakan bahwa jasa atau pelayanan memiliki empat karakteristik yang membedakannya dengan barang, yaitu :

a) Tidak berwujud (*intangibility*)

Jasa berbeda dengan barang karena jasa tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, didengar, atau dicium sebelum jasa itu dibeli. Dengan kata lain, konsumen tidak dapat menilai hasil dari jasa atau pelayanan sebelum mereka menikmatinya sendiri.

b) Tidak terpisahkan (*inseparability*)

Biasanya barang diproduksi, disimpan dalam persediaan, didistribusikan, dijual, baru kemudian dikonsumsi. Interaksi antara penyedia jasa dan pelanggan merupakan ciri khusus dalam pemasaran jasa. Misalnya, ruang kuliah yang nyaman, fasilitas komputer, book store, dan sebagainya.

c) Bervariasi (*variability*)

Jasa bersifat sangat variabel karena merupakan keluaran non baku artinya banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis, tergantung pada siapa, kapan, dan dimana jasa tersebut dihasilkan. Para pembeli jasa

¹⁰ <http://eprints.undip.ac.id/29246/1/Skripsi002.pdf> diakses pada tanggal 19 Februari pukul 14.00

sangat peduli terhadap variabilitas yang tinggi ini dan seringkali mereka meminta pendapat orang lain sebelum memutuskan untuk memilih penyedia jasa.

d) Tidak tahan lama (*perishability*)

Jasa merupakan komoditas yang tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan. Dengan demikian bila suatu jasa tidak digunakan, maka jasa tersebut akan berlalu begitu saja.¹¹

2.1.5 Etiket Pelayanan Nasabah

Secara umum etiket pelayanan yang dapat diberikan oleh pegawai bank dalam rangka pelayanan adalah sebagai berikut :

- a) Mengucapkan salam pada saat bertemu dengan nasabah, seperti selamat pagi, selamat siang atau selamat sore. Jika kita sudah tahu agama nasabah, misalnya muslim maka ucapkan *assalamualaikum*.
- b) Setelah mengucapkan salam, segera mempersilahkan nasabah untuk masuk atau duduk dengan sopan atau suruh menunggu sebentar.
- c) Baik dalam mengucapkan salam maupun mempersilahkan nasabah masuk atau duduk selalu dengan ramah dan murah senyum.
- d) Bertanya tentang keperluan nasabah secara ramah, sopan dan lemah lembut.
- e) Biasakan mengucapkan tolong atau maaf saat meminta nasabah mengisi formulir atau menunggu sesaat.

¹¹ *Loc.it.* Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah, hal 94.

f) Ucapkan kata terima kasih apabila nasabah memberikan saran atau hendak pamit setelah menyelesaikan masalahnya.¹²

2.1.6 Kualitas Pelayanan Jasa Bank

Apabila terkait dengan kualitas pelayanan, ukurannya bukan hanya ditentukan oleh pihak yang melayani (perusahaan) saja, tetapi lebih banyak ditentukan oleh pihak yang dilayani, karena merekalah yang menikmati layanan sehingga dapat mengukur kualitas pelayanan berdasarkan harapan-harapan mereka dalam memenuhi kepuasannya. Kualitas pelayanan terbagi atas :

1. Kualitas layanan internal

Kualitas layanan internal berkaitan dengan interaksi jajaran pegawai perusahaan dengan berbagai fasilitas yang tersedia. Faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan internal adalah :

- Pola manajemen umum perusahaan
- Penyediaan fasilitas pendukung
- Pengembangan sumber daya manusia
- Iklim kerja dan keselarasan hubungan kerja
- Pola insentif

2. Kualitas layanan eksternal

Ditentukan oleh beberapa faktor yaitu :

- Yang berkaitan dengan penyediaan jasa
- Yang berkaitan dengan penyediaan barang¹³

¹² Kasmir. *Pemasaran Bank*. Jakarta : Kencana. 2010, hal 176.

2.1.7 Dimensi Kualitas Pelayanan (SERVQUAL)

Dalam salah satu studi mengenai SERVQUAL oleh Parasuraman yang melibatkan 800 pelanggan (yang terbagi dalam empat perusahaan) berusia 25 tahun keatas, disimpulkan bahwa terdapat lima dimensi SERVQUAL sebagai berikut :

- 1) Berwujud (*tangible*), yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Hal ini meliputi fasilitas fisik (contoh : gedung, gudang dan lain-lain), perlengkapan dan peralatan yang digunakan (teknologi) serta penampilan pegawainya.
- 2) Keandalan (*reliability*), yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.
- 3) Ketanggapan (*responsiveness*), yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada

¹³ M.Nur Rianto Al Arif. *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung : Alfabeta. 2012, hal 220.

pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan konsumen menunggu persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan.

- 4) Jaminan dan kepastian (*assurance*), yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Hal ini meliputi beberapa komponen antara lain komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*), dan sopan santun (*courtesy*).
- 5) Empati (*empathy*), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.¹⁴

Kualitas Layanan dibentuk oleh 5 indikator yang meliputi pertanyaan yang berhubungan dengan pendekatan SERVQUAL, yaitu sebagai berikut :

- a. Berwujud (*tangible*)

Indikator dari *tangible* untuk mengetahui seberapa baik penampilan fisik yang dapat diandalkan.

- b. Ketanggapan (*responsiveness*)

¹⁴ Rambat Lupiyoadi, A. Hamdani. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat 2008, hal 182.

Indikator dari *responsiveness* untuk mengetahui seberapa baik perusahaan berupaya untuk membantu dan memberikan jasa yang cepat kepada pelanggan.

c. Jaminan (*assurance*)

Indikator dari *assurance* untuk mengetahui seberapa baik pengetahuan, keramahan, dan kemampuan para pegawai melakukan tugas secara spontan dan menjamin kinerja yang baik sehingga menimbulkan kepercayaan dan keyakinan pelanggan.

d. Keandalan (*reliability*)

Indikator dari *reliability* untuk mengetahui seberapa baik kemampuan untuk memberikan jasa sesuai dengan yang dijanjikan dengan akurat dan terpercaya sesuai harapan pelanggan.

e. Empati (*empathy*)

Indikator dari *empathy* untuk mengetahui seberapa baik perusahaan memahami keinginan pelanggan dan memberikan sentuhan/perhatian secara ikhlas kepada setiap pelanggan.¹⁵

2.2 Kepuasan Nasabah

2.2.1 Pengertian Kepuasan Nasabah

Teori kepuasan mengemukakan bahwa kepuasan dan ketidakpuasan konsumen merupakan dampak dari harapan konsumen sebelum pembelian dengan kinerja produk yang sesungguhnya. Ketika

¹⁵ http://eprints.undip.ac.id/16507/1/ARI_WIJAYANTI.pdf diakses pada tanggal 4 maret 2017 pukul 21 : 44

membeli suatu produk, konsumen memiliki harapan tentang bagaimana kinerja produk tersebut.¹⁶

Secara Linguistik, satisfaction berasal dari bahasa latin yaitu satis yang berarti cukup dan facere yang berarti melakukan atau membuat. Berdasarkan pendekatan linguistik ini maka kepuasan dapat diartikan bahwa produk atau jasa yang mampu memberikan lebih dari apa yang diharapkan konsumen mampu dipenuhi oleh produk.

Menurut Kotler Kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan antara hasil kerja produk/jasa yang diterima dengan apa yang diharapkan. Sedangkan menurut Engel Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (outcome) sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan.¹⁷ Secara umum, kepuasan dapat diartikan sebagai adanya kesamaan antara kinerja produk dan pelayanan yang diterima dengan kinerja produk dan pelayanan yang diharapkan konsumen.¹⁸

Strategi pemasaran perusahaan yang baik dapat memberikan kepuasan tersendiri bagi nasabah. Tujuan utama dari strategi pemasaran yang dijalankan adalah untuk meningkatkan jumlah nasabahnya, baik secara kuantitas dan kualitas. Secara kuantitas artinya jumlah nasabah

¹⁶ Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : Andi Offset, 2013 hal 183.

¹⁷ M Nur Rianto Al Arif. *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung : ALFABETA, CV 2012 , hal 192.

¹⁸ Loc.it. *Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah*, hal 182.

bertambah cukup signifikan dari waktu ke waktu, sedangkan secara kualitas artinya nasabah yang didapat merupakan nasabah yang produktif yang mampu memberikan laba bagi bank.

Dalam praktiknya apabila nasabah puas atas pelayanan yang diberikan bank, maka ada dua keuntungan yang diterima bank, yaitu :

- 1) Nasabah yang lama akan tetap dapat dipertahankan (tidak lari ke bank lain) atau dengan kata lain nasabah loyal kepada bank. Hal ini sama seperti yang dikemukakan oleh **Derek dan Rao** yang mengatakan kepuasan konsumen secara keseluruhan akan menimbulkan loyalitas pelanggan.
- 2) Kepuasan nasabah lama akan menular kepada nasabah baru, dengan berbagai cara sehingga mampu meningkatkan jumlah nasabah. Seperti yang dikemukakan **Richens** yang mengatakan kepuasan pelanggan dengan cara memberikan rekomendasi atau memberitahu akan pengalamannya yang menyenangkan tersebut dan merupakan iklan dari mulut ke mulut.¹⁹

2.2.2 Metode Pengukuran Kepuasan Nasabah

Agar kita tahu bahwa nasabah puas atau tidak puas berhubungan dengan bank, maka perlu adanya alat ukur untuk menentukan kepuasan nasabah. Menurut Kotler pengukuran kepuasan pelanggan dapat dilakukan melalui empat sarana, yaitu:

- 1) Sistem Keluhan dan Usulan

¹⁹ Kasmir. *Pemasaran Bank*. Jakarta : Kencana. 2010, hal 162.

Artinya, seberapa banyak keluhan atau komplain yang dilakukan nasabah dalam suatu periode, makin banyak berarti makin kurang baik demikian pula sebaliknya. Media yang digunakan bisa berupa kotak saran yang tempatnya mudah dijangkau pelanggan atau komentar yang bisa diisi langsung maupun yang bisa dikirim via pos pada perusahaan. Informasi-informasi yang diperoleh melalui metode ini dapat memberikan ide-ide baru dan masukan yang berharga kepada perusahaan, sehingga memungkinkannya untuk bereaksi dengan tanggap dan cepat untuk mengatasi masalah masalah yang timbul.

2) Survei Kepuasan Nasabah

Dalam hal ini bank perlu secara berkala melakukan survei baik melalui wawancara maupun kuesioner tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan bank tempat nasabah melakukan transaksi selama ini.

1. Pengukuran dapat dilakukan secara langsung dengan pertanyaan seperti “Ungkapkan seberapa puas Saudara terhadap pelayanan Bank Syariah Mandiri pada skala berikut: Sangat tidak puas, Tidak puas, Cukup puas, Puas, Sangat Puas”

2. Responden diberi pertanyaan mengenai seberapa besar mereka mengharapkan suatu fasilitas tertentu dan seberapa besar yang mereka rasakan.

3. Responden diminta untuk menuliskan masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari Bank dan juga

diminta untuk menuliskan perbaikan-perbaikan yang mereka sarankan.

3) Konsumen Samaran

Bank dapat mengirim karyawannya atau melalui orang lain untuk berpura-berpura menjadi nasabah guna melihat pelayanan yang diberikan oleh karyawan bank secara langsung sehingga terlihat jelas bagaimana karyawan melayani nasabah sesungguhnya.

4) Analisis Mantan Pelanggan

Dengan melihat catatan nasabah yang pernah menjadi nasabah bank guna mengetahui sebab-sebab mereka tidak lagi menjadi nasabah bank kita.²⁰

2.2.3 Faktor-faktor Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Faktor-faktor pengukuran kepuasan pelanggan sebagai berikut :

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

Cara yang paling sederhana untuk mengukur kepuasan pelanggan adalah langsung menanyakan kepada pelanggan seberapa puas mereka dengan produk atau jasa spesifik tertentu.

2) Dimensi Kepuasan Pelanggan

Mengidentifikasi pelanggan untuk menilai produk/jasa perusahaan berdasarkan item-item seperti kecepatan layanan, fasilitas layanan atau keramahan staf layanan pelanggan. Meminta para pelanggan untuk

²⁰ Ibid, hal 163.

menentukan dimensi-dimensi yang menurut mereka paling penting dalam menilai kepuasan pelanggan keseluruhan.

3) Konfirmasi Harapan (*Confirmations of Expectation*)

Dalam konsep ini, kepuasan tidak diukur langsung namun disimpulkan berdasarkan kesesuaian/ketidak sesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual produk perusahaan pada sejumlah atribut atau dimensi penting.

4) Niat Beli Ulang (*Repurchase Intention*)

Kepuasan pelanggan diukur secara behavioral dengan jalan menanyakan apakah pelanggan akan berbelanja atau menggunakan jasa perusahaan lagi.

5) Kesiediaan untuk Merekomendasi (*Willingness to Recommend*)

Dalam kasus produk yang pembelian ulangnya relatif lama atau bahkan hanya terjadi satu kali pembelian (seperti pembelian mobil, broker rumah, asuransi jiwa, tur keliling dunia, dan sebagainya), kesiediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk kepada teman atau keluarganya menjadi ukuran yang penting untuk dianalisis dan ditindaklanjuti.

6) Ketidakpuasan Pelanggan (*Customer Dissatisfaction*)

Beberapa macam aspek yang sering ditelaah guna mengetahui ketidakpuasan pelanggan, meliputi : a) kompalin; b) *retur* atau

pengembalian produk; c) biaya garansi; d) *product recall*; e) gethok tular negatif; f) *defections* (konsumen yang beralih ke pesaing).²¹

2.2.4 Kepuasan Pelanggan dan Kualitas Jasa

Dari keseluruhan kegiatan yang dilakukan oleh sebuah perusahaan pada akhirnya akan bermuara pada nilai yang akan diberikan oleh pelanggan mengenai kepuasan yang dirasakan, kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk yang diterima dan yang diharapkan (Kotler).

Era globalisasi ini perusahaan akan selalu menyadari pentingnya faktor pelanggan. Oleh karena itu mengukur tingkat kepuasan para pelanggan sangatlah perlu, walaupun hal tersebut tidaklah semudah mengukur berat badan atau tinggi badan pelanggan yang bersangkutan. Banyak manfaat yang diterima oleh perusahaan dengan tercapainya tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi. Tingkat kepuasan yang tinggi dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan mencegah perputaran pelanggan, mengurangi sensitivitas pelanggan terhadap harga, mengurangi biaya kegagalan pemasaran, mengurangi biaya operasi yang diakibatkan oleh meningkatnya jumlah pelanggan, meningkatkan efektivitas iklan dan meningkatkan reputasi bisnis (Fornell).²²

Adapun indikator kepuasan nasabah sebagai berikut :

- a. Kepuasan Pelanggan Keseluruhan (*overall customer service*)

²¹ Fandy Tjiptono. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta : ANDI OFFSET. 2014, hal 368.

²² Drs. Danang Sunyoto, *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta : CAPS, 2012, hal 186.

Indikator yang menunjukkan tingkat kepuasan pelanggan terhadap penyedia jasa pelayanan secara keseluruhan.

b. Dimensi kepuasan pelanggan

Pelanggan menilai dari produk/jasa perusahaan berdasarkan item-item seperti kecepatan pelayanan, fasilitas layanan, atau keramahan staf layanan pelanggan.

c. Konfirmasi Harapan (*confirmation of expectation*)

Indikator yang menunjukkan kesesuaian produk atau jasa yang ditawarkan dengan pengharapan pelanggan sebagaimana dipersepsikan oleh pelanggan (*expectation*).

d. Niat beli ulang (*repurchase intention*)

Pengalaman yang dirasakan terhadap pelayanan yang diberikan serta minat untuk berbelanja/menggunakan jasa bank kembali.

e. Kesiapan untuk merekomendasi (*willingness to recommend*)

Indikator yang menunjukkan kesediaan pelanggan untuk mempromosikan/merekomendasikan kepada orang lain berdasarkan pengalaman masalalu.

f. Ketidakpuasan Pelanggan (*customer dissatisfaction*)

Indikator yang menunjukkan hubungan selama menjalin dengan perusahaan, antara puas atau tidak puas terhadap perusahaan tersebut.

2.3 Penelitian Terdahulu

Irma Fidiyanti dengan penelitian yang berjudul Pengaruh Kualitas Layanan ATM Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah

Mandiri KCP Perak Surabaya, menunjukkan bahwa kualitas layanan ATM Banking berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah mandiri KCP Perak Surabaya. Besarnya pengaruh kualitas layanan ATM Banking adalah sebesar 52,8%, sedangkan sisanya 47,2% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Besarnya pengaruh kualitas layanan ATM Banking meliputi: Bukti Langsung, Keandalan, Tanggapan, Jaminan dan Empati terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Mandiri KCP Perak Surabaya.²³

Sedangkan Eka Mulyati dengan penelitian yang berjudul Kepuasan Nasabah pada PT. BPRS Sukajadi, menunjukkan hasil penelitian bahwa pelayanan PT. BPRS AL Falah Sukajadi belum sepenuhnya memuaskan. Hal ini dapat dilihat dari tingkat kepuasan nasabah yang terdiri dari tiga indikator yaitu :

- 1) Menyatakan fasilitas fisik yang terdiri dari brosur mudah didapat IKP rata-rata -1.72, keamanan dan kenyamanan tempat parkir kendaraan IKP rata-rata -2.06, ruang pelayanan yang memadai IKP rata-rata 0.88, keadaan gedung IKP rata-rata -1.54.
- 2) Perlengkapan pegawai dapat dilihat dari peralatan dan perlengkapan yang baik dan memadai IKP rata-rata -0.72, kerapian dan kebersihan penampilan pegawai IKP rata-rata 0.52.

²³ Irma Fidiyanti, Skripsi, *Pengaruh Kualitas Layanan Atm Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Kcp Perak Surabaya*, Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negeri Sunan Ampel, Surabaya, 2013.

- 3) Sarana komunikasi dapat dilihat bahwasanya kemudahan dihubungi via telpon IKP rata-rata 0.08 dan memberikan informasi yang lengkap dan akurat IKP rata-rata 0.16.²⁴

Selanjutnya dalam penelitian Septiana Dwi Exmawati yang berjudul Pengaruh Pelayanan dan Keunggulan Produk terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Muamalat Tulungagung, menunjukkan bahwa variabel pelayanan mempengaruhi kepuasan nasabah Bank Muamalat Tulungagung dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 selanjutnya variabel keunggulan produk mempengaruhi kepuasan nasabah Bank Muamalat Tulungagung dengan tingkat signifikansi sebesar 0,02, sedangkan dari hasil uji F ternyata faktor pelayanan merupakan faktor yang lebih berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat Tulungagung dibandingkan keunggulan produk.²⁵

Selain itu, Choirotul Umammah dengan penelitian yang berjudul Pengaruh Kualitas Layanan Mobil Kas Keliling terhadap Kepuasan Nasabah Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Palembang (Survei Pada Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang), menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara pelayanan mobil kas keliling terhadap kepuasan nasabah, sehingga semakin meningkatnya pelayanan mobil kas keliling, maka kepuasan nasabah akan semakin tinggi. Untuk variabel pelayanan (X) yang berupa *tangible* (berwujud) *empathy* (empati) , *responsiveness* (daya tanggap), *reliability* (kehandalan) , *assurance* (jaminan) dari hasil uji t yang

²⁴ Eka Mulyati, Tugas Akhir, *Kepuasan Nasabah pada PT. BPRS AL Falah Sukajadi*, Jurusan D3 Perbankan Syariah fakultas Syariah IAIN Raden Fatah Palembang, 2010.

²⁵ Septiana Dwi Exmawati, Skripsi, *Pengaruh Pelayanan dan Keunggulan Produk terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Muamalat Tulungagung*, Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung, 2014.

diperoleh menyatakan bahwa variabel berpengaruh terhadap kepuasan nasabah (Y).²⁶

Senada dengan para peneliti sebelumnya Sri Islamiati dalam penelitian yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan Customer Service terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang A. Rivai Palembang, menunjukkan hasil bahwa ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan customer service terhadap kepuasan nasabah pada PT. BRI Syariah Kantor Cabang A. Rivai Palembang.²⁷

Kemudian penelitian Husnul Khatimah yang berjudul Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Nasabah BRI Cabang Semarang Pattimura) menunjukkan bahwa hasil pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan hanya pada variabel *empathy* dan *assurance* yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan pada variabel *responsiveness*, *tangible* dan *reliability* berpengaruh positif namun tidak signifikan. Angka Adjusted R² sebesar 0,549 menunjukkan bahwa 54,9% kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh variabel *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy*.

²⁶ Choiratul Umammah, Tugas Akhir, *Pengaruh Kualitas Layanan Mobil Kas Keliling terhadap Kepuasan Nasabah bank sumsel babel syariah cabang palembang (survei pada mahasiswa uin raden fatah palembang)*, Jurusan DIII Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang, 2016.

²⁷ Sri Islamiati. Tugas Akhir. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Customer Service terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. BRI Syariah Kantor Cabang A. Rivai Palembang*. Jurusan DIII Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang, 2016.

Sedangkan 45,1% kepuasan nasabah dijelaskan dari variabel lain selain kelima variabel tersebut yang tidak diteliti dalam penelitian ini.²⁸

Selain itu Yuzza Bayhaqi dengan penelitian yang berjudul Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Dan Keunggulan Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Pada Minat Membeli Ulang (Studi Kasus: Pada Auto Bridal Semarang) mengatakan bahwa hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas layanan dan keunggulan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membeli ulang. Temuan empiris tersebut mengindikasikan bahwa untuk meningkatkan minat membeli ulang, perlu memperhatikan faktor-faktor seperti kualitas layanan, keunggulan produk dan kepuasan pelanggan, karena faktor-faktor tersebut terbukti mempengaruhi tinggi rendahnya minat membeli ulang.²⁹

Adapun Munica Apriani dengan penelitian yang berjudul Analisis Pengaruh Fasilitas, Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Mereferensikan (Studi Kasus Pada Konsumen Jasa Pelayanan Cuci Sepeda Motor dan Mobil Star Clean di Semarang) menunjukkan bahwa berdasarkan hasil analisis data, variabel fasilitas mempunyai pengaruh positif dan berpengaruh terbesar terhadap minat mereferensikan, variabel kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh positif terhadap minat mereferensikan Star

²⁸ Husnul Khatimah. Skripsi. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Nasabah BRI Cabang Semarang Pattimura)*. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang, 2011.

²⁹ Yuzza Bayhaqi. Tesis. *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, dan Keunggulan Produk terhadap Kepuasan Pelanggan dan Dampaknya Pada Minat Membeli Ulang (Studi Kasus: Pada Auto Bridal Semarang)*. Magister Manajemen. Program Pascasarjana Universitas Diponegoro Semarang, 2006.

Clean. Adapun variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif yang paling kecil terhadap minat mereferensikan.³⁰

Sama halnya dengan para peneliti terdahulu Rachmad Hidayat yang melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri, pada penelitian tersebut menunjukkan bahwa (1) Kualitas layanan berpengaruh langsung terhadap kepuasan nasabah, (2) Kualitas produk berpengaruh langsung terhadap kepuasan nasabah, (3) Nilai bagi nasabah berpengaruh langsung terhadap kepuasan nasabah, (4) Kualitas layanan berpengaruh tidak langsung terhadap loyalitas nasabah dengan diantarai oleh kepuasan nasabah, (5) Kualitas produk berpengaruh tidak langsung terhadap loyalitas nasabah dengan diantarai oleh kepuasan nasabah, (6) Nilai bagi nasabah berpengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap loyalitas nasabah dengan diantarai oleh kepuasan nasabah.³¹

Begitu juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Dwi Aryani Dan Febrina Rosinta yang berjudul Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan menunjukkan bahwa hasil penelitian tersebut terdapat pengaruh yang kuat dan positif antara variabel kualitas layanan KFC terhadap kepuasan pelanggan pada mahasiswa FISIP UI. Hal ini terbukti dari hasil penelitian yang menunjukkan bahwa

³⁰ Munica Apriani. Skripsi. *Analisis Pengaruh Fasilitas, Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Mereferensikan (Studi Kasus Pada Konsumen Jasa Pelayanan Cuci Sepeda Motor dan Mobil Star Clean di Semarang)*. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang. 2011.

³¹ Rachmad Hidayat. *Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri*. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, Vol.11, No. 1, Maret 2009: 59-72

sebesar 72,9% variabel kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel kualitas layanan, sedangkan sisanya sebesar 27,1% dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel kualitas layanan. Dari penelitian ini diketahui pula bahwa tidak terdapat pengaruh antara kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan pada mahasiswa FISIP UI. Hasil penelitian lain menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang kuat dan positif antara kualitas layanan KFC terhadap loyalitas pelanggan pada mahasiswa FISIP UI.³²

Tabel 2.1
Ringkasan Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul	Hasil	Persamaan	Perbedaan
1	Irma Fidiyanti (2013)	Pengaruh Kualitas Layanan ATM Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri KCP Perak Surabaya	Kualitas layanan ATM Banking berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah mandiri KCP Perak Surabaya. Besarnya pengaruh kualitas layanan ATM Banking adalah sebesar 52,8%, sedangkan sisanya 47,2% dipengaruhi oleh faktor-	Persamaan peneliti tersebut dengan penulis terdapat pada variabel Y yaitu kepuasan nasabah.	Perbedaannya dengan penulis adalah penelitian tersebut lebih berfokus pada kualitas layanan ATM Banking saja.

³² Dwi Aryani & Febrina Rosinta. *Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan*. *Bisnis & Birokrasi, Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*, Mei-Agus 2010 Volume 17 Nomor 2, hlm. 114-126, ISSN 0854-3844.

			faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.		
2	Eka Mulyati (2010)	Kepuasan Nasabah pada PT.BPRS Al Falah Sukajadi	Variabel bebas yaitu kepuasan nasabah pada PT. BPRS Al Falah sepenuhnya sangat memuaskan.	Terdapat pada variabel terikat penulis yaitu kepuasan nasabah.	Tidak terdapat variabel kualitas pelayanan.
3	Septiana Dwi Exmawati (2014)	Pengaruh Pelayanan dan Keunggulan Produk terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Muamalat Tulungagung	Pelayanan mempengaruhi kepuasan nasabah Bank Muamalat Tulungagung dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 selanjutnya keunggulan produk mempengaruhi kepuasan nasabah Bank Muamalat Tulungagung dengan tingkat signifikansi sebesar 0,02, sedangkan dari hasil uji F ternyata faktor pelayanan merupakan faktor yang lebih berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat Tulungagung	Terdapat pada variabel bebas yaitu kepuasan nasabah.	Terdapat tiga variabel penelitian, sedangkan penulis hanya dua variabel.

			dibandingkan keunggulan produk		
4	Choirotul Umamamah (2016)	Pengaruh Kualitas Layanan Mobil Kas Keliling terhadap Kepuasan Nasabah Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Palembang(Survei pada mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang)	Ada pengaruh positif dan signifikan antara pelayanan mobil kas keliling terhadap kepuasan nasabah. Untuk variabel pelayanan (X) dari hasil uji t yang diperoleh menyatakan bahwa variabel berpengaruh terhadap kepuasan nasabah (Y)	Terdapat pada variabel terikat yaitu kepuasan nasabah.	Variabel bebas tersebut lebih memusatkan pada kualitas layanan mobil kas keliling dan lokasi penelitiannya juga berbeda.
5	Sri Islamiati (2016)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Customer Service terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang A. Rivai Palembang	Ada pengaruh yang disngifikan antar kualitas pelayanan customer service terhadap kepuasan nasabah pada PT. BRI Syariah Kantor Cabang A.Rivai Palembang	Sama-sama meneliti tentang kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah.	Variabel bebas yaitu kualitas pelayanan lebih memusatkan pada customer service saja.
6	Husnul Khatimah (2011)	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada	Pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa hanya pada variabel	Penelitian tersebut meneliti tentang kualitas pelayanan terhadap	Terdapat perbedaan pada lokasi penelitian.

		Nasabah BRI Cabang Semarang Pattimura)	<i>empathy</i> dan <i>assurance</i> yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan pada variabel <i>responsiveness</i> , <i>tangible</i> dan <i>reliability</i> berpengaruh positif namun tidak signifikan.	kepuasan nasabah.	
7	Yuzza Bayhaqi (2006)	Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Dan Keunggulan Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Pada Minat Membeli Ulang (Studi Kasus: Pada Auto Bridal Semarang)	Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas layanan dan keunggulan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membeli ulang. Temuan empiris tersebut mengindikasikan bahwa untuk meningkatkan minat membeli	Terdapat pada variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.	Terdapat perbedaan pada jumlah variabel yang diteliti serta lokasi penelitian.

			ulang, perlu memperhatikan faktor-faktor seperti kualitas layanan, keunggulan produk dan kepuasan pelanggan, karena faktor-faktor tersebut terbukti mempengaruhi tinggi rendahnya minat membeli ulang		
8	Munica Apriani (2011)	Pengaruh Fasilitas, Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Mereferensikan (Studi Kasus Pada Konsumen Jasa Pelayanan Cuci Sepeda Motor dan Mobil Star Clean di Semarang).	Variabel fasilitas mempunyai pengaruh positif dan berpengaruh terbesar terhadap minat mereferensikan, variabel kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh positif terhadap minat mereferensikan Star Clean. Adapun variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif yang paling kecil terhadap minat mereferensikan	Sama-sama meneliti tentang kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.	Terdapat perbedaan pada lokasi penelitian serta responden yang diteliti.
9	Rachmad	Pengaruh	(1) Kualitas	Sama-sama	Terdapat 5

	Hidayat (2009)	Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri	layanan berpengaruh langsung terhadap kepuasan nasabah, (2) Kualitas layanan berpengaruh tidak langsung terhadap loyalitas nasabah dengan diantarai oleh kepuasan nasabah.	meneliti nasabah bank.	variabel serta lokasi yang berbeda.
10.	Dwi Aryani&Febrina Rosinta (2010)	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan	Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh yang kuat dan positif antara variabel kualitas layanan KFC terhadap kepuasan pelanggan pada mahasiswa FISIP UI. Hal ini terbukti dari hasil penelitian yang menunjukkan bahwa sebesar 72,9% variabel kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel kualitas layanan,	Persamaan pada variabel X yaitu kualitas pelayanan.	Terdapat 3 variabel yang diteliti.

			sedangkan sisanya sebesar 27,1% dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel kualitas layanan		
--	--	--	--	--	--

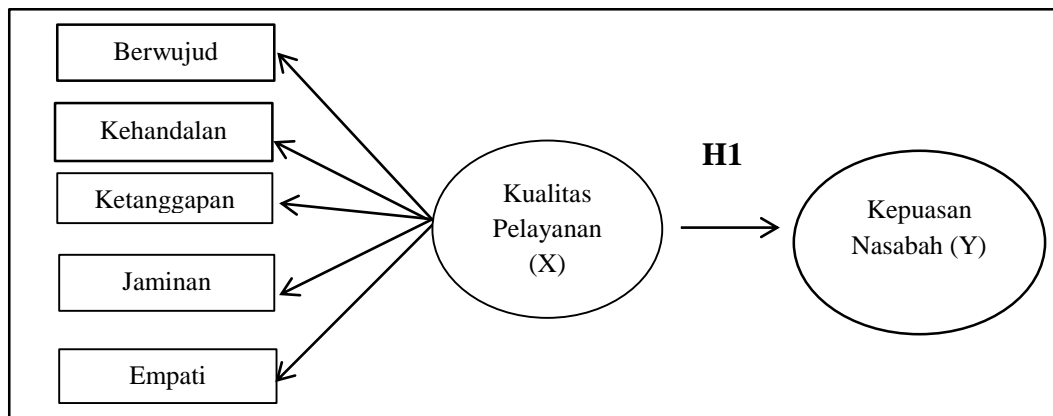
Sumber : Dikumpulkan dari berbagai sumber, 2017.

2.4 Kerangka Berfikir

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

Gambar 2.1

Kerangka Berfikir



Sumber : Dikembangkan untuk peneliti, 2017.

2.5 Pengembangan Hipotesis

Husnul Khatimah (2011) dalam penelitiannya dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah” menghasilkan kesimpulan yaitu Pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa hanya pada variabel *empathy* dan *assurance* yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan pada variabel *responsiveness*, *tangible* dan *reliability* berpengaruh positif namun tidak signifikan. Angka Adjusted R² sebesar 0,549 menunjukkan bahwa 54,9% kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh variabel *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy*. Sedangkan 45,1% kepuasan nasabah dijelaskan dari variabel lain selain kelima variabel tersebut yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Choiratul Umammah dengan judul Pengaruh Kualitas Layanan Mobil Kas Keliling terhadap Kepuasan Nasabah Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Palembang (Survei Pada Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang) menunjukkan hasil ada pengaruh positif dan signifikan antara pelayanan mobil kas keliling terhadap kepuasan nasabah, sehingga semakin meningkatnya pelayanan mobil kas keliling, maka kepuasan nasabah akan semakin tinggi. Berdasarkan uraian diatas, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

H1 = Ada pengaruh positif yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang 16 Ilir Palembang.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Ruang Lingkup Penelitian

Agar penelitian ini dapat terarah dengan tepat dan mengatasi terjadinya penyimpangan-penyimpangan pada penyusunan tugas akhir ini , maka harus ada batasan yang jelas dalam ruang lingkup penelitian yaitu mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT.Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang 16 Ilir Palembang.

3.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan melalui perantara PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang 16 Ilir Palembang yang beralamat di Jalan Masjid Lama, No 30-31, Pasar 16 Ilir Kota Palembang , Sumatera Selatan dengan nomer telepon : (0711) 377244, 377322, BSM Call Center : 14040 atau (021)2953 4040.

3.3 Jenis Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif yaitu, data yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.³³

³³ Sugiyono.*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.Bandung : ALFABETA.2016, hal 8.

3.4 Variabel-variabel Penelitian

Ada dua variabel yang digunakan yaitu, variabel yang mempengaruhi (*independent*) dan variabel yang dipengaruhi (*dependent*).

1. Variabel yang mempengaruhi (*independent variabel*) yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kualitas pelayanan (X).
2. Variabel yang dipengaruhi (*dependent variabel*) yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kepuasan nasabah (Y)

3.5 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah suatu definisi yang diberikan kepada suatu variabel atau konstruk dengan cara memberikan arti, atau menspesifikasikan kegiatan, ataupun memberikan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut.³⁴

a. Kualitas Pelayanan (X)

Kualitas pelayanan adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima. Tjiptono menjelaskan bahwa apabila jasa yang diterima atau disarankan sesuai dengan yang diharapkan, kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan.³⁵ Kualitas pelayanan merupakan variabel *independent* (X) dalam penelitian ini.

³⁴ Nazir. *Metode Penelitian*. Bogor : Ghalia Indonesia. 2011, hal 126.

³⁵ Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : Andi Offset, 2013 hal 100.

b. Kepuasan Nasabah (Y)

Kepuasan nasabah merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan antara hasil kerja produk/jasa yang diterima dengan apa yang diharapkan. Secara umum, kepuasan dapat diartikan sebagai adanya kesamaan antara kinerja produk dan pelayanan yang diterima dengan kinerja produk dan pelayanan yang diharapkan konsumen.³⁶ Kepuasan nasabah merupakan variabel *dependent* (Y) dalam penelitian ini.

Tabel 3.1

Definisi Variabel dan Indikatornya

Variabel	Indikator	Skala Ukur
Kualitas Pelayanan (X) : kualitas jasa atau kualitas pelayanan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.	a) Berwujud (<i>tangible</i>) b) Keandalan (<i>reliability</i>) c) Ketanggapan (<i>responsiveness</i>) d) Jaminan (<i>assurance</i>) e) Empati (<i>empathy</i>)	Likert
Kepuasan Nasabah (Y) : Menurut Kotler Kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan antara hasil kerja produk/jasa yang diterima dengan apa yang diharapkan	a) Kepuasan Pelanggan Keseluruhan (<i>Overall Customer Satisfaction</i>) b) Dimensi Kepuasan Pelanggan c) Konfirmasi Harapan (<i>Confirmation of Expectations</i>) d) Niat Beli Ulang	Likert

³⁶ Loc.it.Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah, hal 182.

	(<i>Repurchase Intention</i>)	
	e) Kesiediaan untuk Merekomendasi	
	(<i>Willingness to Recommend</i>)	
	f) Ketidakpuasan Pelanggan	
	(<i>Customer Dissatisfaction</i>).	

Sumber : Dikumpulkan dari berbagai sumber, 2017.

3.6 Jenis dan Sumber Data

a. Jenis Data

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif dapat diartikan data yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.³⁷ Misalnya data yang diperoleh peneliti melalui jawaban kuesioner nasabah yang telah diolah guna menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang 16 Ilir Palembang.

b. Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini hanya data primer, yakni dapat diartikan bahwa data primer adalah data yang dikumpulkan secara langsung melalui kuesioner dari lokasi yang diteliti dan data berupa hasil jawaban para responden mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap

³⁷ Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : ALFABETA. 2016, hal 8.

kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang 16 Ilir Palembang.

3.7 Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.³⁸ Objek populasi yang akan diteliti oleh penulis telah diketahui bahwa populasi nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang 16 Ilir Palembang yang berjumlah 1076 orang sampai tahun 2016.

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.³⁹ Dalam penelitian ini menggunakan teknik *Simple Random Sampling* karena pengambilan anggota populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Menurut Slovin untuk menentukan besarnya sampel dicari dengan rumus :

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

³⁸ Ibid. hal 80.

³⁹ Ibid. hal 81.

Keterangan :

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan

pengambilan sampel yang masih ditolerir yaitu (0,1)

Jika diketahui jumlah populasi Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang 16 Ilir Palembang sebanyak 1.076 nasabah, maka jumlah sampel dapat dihitung sebagai berikut :

$$n = \frac{1076}{1+(1076 \times (0,1)^2)}$$

$$n = 91,4$$

dari perhitungan rumus diatas, besaran sampel sebesar 91,4 dan dibulatkan sebanyak 91 responden.

3.8 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan satu teknik pengumpulan data yaitu :

1. Kuesioner

Kuesioner (angket) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel

yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Metode ini dilakukan dengan menyebarkan lembar pertanyaan yang berkaitan dengan permasalahan penelitian kepada para responden yakni nasabah PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang 16 Ilir Palembang.⁴⁰

Untuk menghitung kuesioner menggunakan Skala Likert :

- a) Sangat Setuju (SS) = 5
- b) Setuju (S) = 4
- c) Netral (N) = 3
- d) Tidak Setuju (TS) = 2
- e) Sangat Tidak Setuju (STS) = 1

Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang suatu objek atau fenomena tertentu. Skala likert memiliki dua bentuk pernyataan, yaitu pernyataan positif dan negatif. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dengan Skala Likert maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.⁴¹

⁴⁰ Ibid. hal 142.

⁴¹ Ibid. hal 93.

3.9 Instrument Penelitian

a. Uji Validitas

Uji validitas item merupakan uji instrumen data untuk mengetahui seberapa cermat suatu item dalam mengukur apa yang ingin diukur.⁴² Uji validitas digunakan untuk menguji apakah data kuesioner yang digunakan dalam penelitian valid atau tidak valid. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan *software SPSS version 16* dan menggunakan metode *corrected item total correlation* dengan taraf signifikan 5% dengan uji 1 sisi. Jika r hitung $>$ r tabel, maka item dapat dinyatakan valid, jika r hitung $<$ r tabel maka item dinyatakan tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui keajegan atau konsistensi alat ukur yang biasanya menggunakan kuesioner. Maksudnya apakah alat ukur tersebut akan mendapatkan pengukuran yang tetap konsisten jika pengukuran diulang kembali. Metode yang sering digunakan dalam penelitian untuk mengukur skala rentangan (seperti skala Likert 1-5) adalah Cronbach Alpha. Uji reliabilitas merupakan kelanjutan dari uji validitas, dimana item yang masuk pengujian adalah item yang valid saja. Untuk menentukan apakah instrument reliabel atau tidak menggunakan batasan 0,6. Menurut Sekaran, reliabilitas kurang dari

⁴² Duwi, Priyatno. *Spss 22: Pengolahan Data Terpraktis*, Yogyakarta : C.V Andi Offset. 2014, hal 51.

0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan di atas 0,8 adalah baik.⁴³

3.10 Teknik Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui ada tidaknya normalitas residual, multikolinieritas, autokorelasi, dan heteroskedastis pada model regresi. Model regresi linier dapat disebut sebagai model yang baik jika model tersebut memenuhi beberapa asumsi klasik.

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas pada model regresi digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Pengujian normalitas dilakukan dengan melihat penyebaran data pada sumbu diagonal pada grafik normal P-P Plot. Sebagai dasar pengambilan keputusan, jika titik-titik menyebar sekitar garis dan mengikuti garis diagonal, maka nilai residual tersebut telah normal. Selain itu dapat juga dilihat dari hasil uji *Kolmogorov-Smirnov*, jika hasil pengujian tersebut $>0,05$ maka dapat dikatakan jika residual data telah terdistribusi normal..

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas adalah varian residual yang tidak sama pada semua pengamatan didalam model regresi. Pengujian heteroskedastisitas

⁴³Ibid, hal 64.

menggunakan metode grafik (melihat pola titik-titik pada grafik regresi).

Dasar kriterianya dalam pengambilan keputusan yaitu:

- Jika ada pola tertentu seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka terjadi heteroskedastisitas.
- Jika tidak ada pola yang jelas, seperti titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.⁴⁴

c. Uji Linieritas

Uji linieritas dimaksudkan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebas sebagai prediktor mempunyai hubungan linier atau tidak dengan variabel terikat. Menurut Sugiyono jika tidak linier maka analisis regresi tidak bisa dilanjutkan.

3.11 Analisis Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Statistik deskriptif dapat digunakan bila peneliti hanya ingin mendeskripsika data sampel dan

⁴⁴ Duwi, Priyatno. 2014, *Spss 22: Pengolahan Data Terpraktis*, Yogyakarta : C.V Andi Offset, hal 89.

tidak ingin membuat kesimpulan yang berlaku untuk populasi dimana sampel diambil.⁴⁵

Untuk menjelaskan kondisi masing-masing variabel penelitian digunakan analisis deskriptif dengan rumus sebagai berikut :

$$r = \frac{n-1}{n} = \frac{5-1}{5} = \frac{4}{5} = 0,8$$

Kemudian hasilnya dikategorikan sebagai berikut :

Tabel 3.2
Kategori Penilaian Variabel Penelitian

Range	Kategori
1,00 – 1,8	STS
1,81 – 2,6	TS
2,61 – 3,4	N
3,41 – 4,2	S
4,21 – 5,0	SS

Sumber : Dikumpulkan dari berbagai sumber, 2017.

3.12 Analisis Regresi Linier Sederhana

Teknik analisis yang digunakan peneliti dalam hal ini adalah, Analisis regresi linier adalah salah satu alat yang dapat digunakan dalam memprediksi permintaan dimasa akan datang berdasarkan data masa lalu atau untuk mengetahui pengaruh satu variabel bebas (*independent*) terhadap satu variabel tak bebas (*dependent*).

⁴⁵ Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : ALFABETA. 2016, hal 147.

Regresi linier sederhana digunakan hanya untuk satu variabel bebas (*independent*) dan satu variabel tak bebas (*dependent*). Tujuan penerapan metode ini adalah untuk meramalkan atau memprediksi besaran nilai variabel terikat (*dependent*) yang dipengaruhi oleh variabel bebas (*independent*).⁴⁶

Dalam persamaan regresi linier sederhana menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + b.X + e$$

Keterangan :

Y = Variabel Terikat (Dependent variabel)

X = Variabel Bebas (Independent variabel)

a = Nilai konstanta, yaitu nilai Y jika X=0

b = Koefisien regresi.

e = *Standard Error*

3.13 Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini ada dua, yaitu uji koefisien determinasi (R^2), dan uji t (parsial).

a. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh serentak variabel-variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Nilai koefisien determinasi mempunyai interval nol sampai satu ($0 \leq R^2 \leq 1$). Jika $R^2 = 1$, berarti besarnya persentase

⁴⁶ Siregar, Syofian. *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*, Jakarta : Kencana. 2013, hal 284.

sumbangan X terhadap variasi (naik-turunnya) Y secara bersama-sama adalah 100%. Hal ini menunjukkan bahwa apabila koefisien determinasi mendekati 1, maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependennya semakin kuat, maka semakin cocok pula garis regresi untuk meramalkan Y.

b. Uji t

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel *independent* secara individual dalam menerangkan variabel *dependent*. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan signifikan level 0,05 ($\alpha = 5\%$).⁴⁷ Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria:

- 1) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_1 ditolak
- 2) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_1 diterima maka terdapat pengaruh positif dan signifikan masing-masing variabel *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy*, secara parsial terhadap Kepuasan Nasabah (Y)

Berdasarkan signifikan :

- a) Jika signifikan $< 0,05$, maka H_1 diterima
- b) Jika signifikan $> 0,05$, maka H_1 ditolak.

⁴⁷ Imam Ghazali. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu. 2006, hal. 125.

BAB IV

PEMBAHASAN

4.1 Karakteristik Responden

Karakteristik responden yang diperoleh dari hasil pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah kuesioner yang disebarakan kepada nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang 16 Ilir Palembang sebanyak 91 orang yaitu sebagai berikut :

a. Jenis Kelamin

Adapun data mengenai jenis kelamin nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang 16 Ilir Palembang yaitu sebagai berikut :

Tabel 4.1
Jenis Kelamin Responden

		Jenis_Kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	47	51.6	51.6	51.6
	Perempuan	44	48.4	48.4	100.0
	Total	91	100.0	100.0	

Sumber : Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan keterangan tabel 4.1 dapat diketahui tentang jenis kelamin responden nasabah Bank Syariah Mandiri yang menunjukkan jumlah responden laki-laki lebih banyak yaitu 47 orang atau 51,6% sedangkan sisanya adalah responden perempuan yaitu sebanyak 44 orang

atau 48,4%. Hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang 16 Ilir Palembang yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah laki-laki.

b. Usia

Berdasarkan data penelitian yang diperoleh tentang usia responden dapat dilihat pada tabel berikut ini :

**Tabel 4.2
Usia Responden**

Usia					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	20-30 tahun	26	28.6	28.6	28.6
	31- 40 tahun	37	40.7	40.7	69.2
	41- 50 tahun	22	24.2	24.2	93.4
	50 tahun keatas	6	6.6	6.6	100.0
	Total	91	100.0	100.0	

Sumber : Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan keterangan tabel 4.2 diatas, dapat diketahui bahwa jumlah responden yang berusia 20-30 tahun sebanyak 26 orang atau 28,6% kemudian untuk responden yang berusia 31-40 tahun berjumlah 37 orang atau 40,7%, untuk responden yang berusia 41-50 tahun berjumlah 22 orang atau 24,2% sedangkan untuk responden yang berusia 50 tahun keatas hanya berjumlah 6 orang atau 6,6%. Hal tersebut menunjukkan bahwa usia responden dalam penelitian ini lebih didominasi oleh usia 31-40 tahun.

c. Agama

Dibawah ini data mengenai agama responden yaitu sebagai berikut :

Tabel 4.3
Agama Responden

		Agama			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Islam	83	91.2	91.2	91.2
	Kristen	8	8.8	8.8	100.0
	Total	91	100.0	100.0	

Sumber : Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan keterangan tabel 4.3 diatas, diketahui bahwa dalam penelitian ini mayoritas responden beragama islam lebih banyak yaitu berjumlah 83 orang atau 91,2%, sedangkan responden yang beragama kristen berjumlah 8 orang atau 8,8%

d. Pekerjaan

Data mengenai pekerjaan responden dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

Tabel 4.4
Pekerjaan Responden

		Pekerjaan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pegawai Negeri Sipil	14	15.4	15.4	15.4
	Pegawai Swasta	29	31.9	31.9	47.3
	Wiraswasta/Pedagang	39	42.9	42.9	90.1
	Pelajar/Mahasiswa	5	5.5	5.5	95.6
	Ibu Rumah Tangga	4	4.4	4.4	100.0
	Total	91	100.0	100.0	

Sumber : Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan keterangan tabel 4.4, dapat diketahui bahwa pekerjaan responden dalam penelitian ini yang bekerja sebagai Pegawai Negeri Sipil yaitu sebanyak 14 orang atau 15,4%, Pegawai Swasta berjumlah 29 orang atau 31,9%, kemudian Wiraswasta/Pedagang sebanyak 39 orang atau 42,9%, Pelajar/Mahasiswa sebanyak 5 orang atau 5,5% sedangkan Ibu Rumah Tangga hanya 4 orang atau 4,4%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini lebih banyak yang bekerja sebagai Wiraswasta/Pedagang.

e. Pendidikan Terakhir

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

Tabel 4.5
Pendidikan Terakhir Responden

		Pendidikan_Terakhir			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMA/SMK	45	49.5	49.5	49.5
	Diploma	8	8.8	8.8	58.2
	S1	30	33.0	33.0	91.2
	S2	8	8.8	8.8	100.0
	Total	91	100.0	100.0	

Sumber : Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan keterangan tabel 4.5 diatas, dapat diketahui responden dalam penelitian ini yang memiliki pendidikan terakhir SMA/SMK yaitu sebanyak 45 orang atau 49,5%, kemudian Diploma sebanyak 8 orang atau 8,8%, untuk S1 sebanyak 30 orang atau 33,0%, dan S2 hanya sebanyak 8 orang atau 8,8%. Hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini lebih didominasi memiliki riwayat pendidikan terakhir SMA/SMK.

4.2 Instrumen Penelitian

Untuk menguji instrumen penelitian maka penulis menggunakan bantuan program SPSS 16.0. Berikut hasil pengujiannya, yaitu :

1. Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan metode *corrected item total correlation* dengan taraf signifikan 5% dengan uji satu sisi. Untuk *Degree of freedom* (df) = $n - k$. Dalam penelitian ini besarnya r hitung dengan tingkat signifikansi 5% untuk jumlah responden yang berjumlah 91 orang maka *Degree of freedom* (df) = $91 - 2 = 89$ adalah sebesar 0.1735. Jika r hitung $>$ r tabel, maka item pernyataan dapat dinyatakan valid, jika r hitung $<$ r tabel maka item pernyataan dinyatakan tidak valid.

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pernyataan	Corrected Item Total Correlation	r_{tabel}	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X)	1	0.647	0.1735	Valid
	2	0.614	0.1735	Valid
	3	0.550	0.1735	Valid
	4	0.596	0.1735	Valid
	5	0.606	0.1735	Valid
	6	0.577	0.1735	Valid
	7	0.640	0.1735	Valid
	8	0.504	0.1735	Valid
	9	0.490	0.1735	Valid
	10	0.531	0.1735	Valid
Kepuasan Nasabah (Y)	1	0.495	0.1735	Valid
	2	0.520	0.1735	Valid
	3	0.409	0.1735	Valid
	4	0.540	0.1735	Valid

	5	0.621	0.1735	Valid
	6	0.191	0.1735	Valid

Sumber : Data primer yang diolah, 2017

Dari tabel 4.6 tersebut, dapat diketahui bahwa semua pernyataan yang ada pada kolom *Corrected Item Total Correlation* memiliki nilai r hitung $>$ r tabel dan bernilai positif. Dengan demikian item pernyataan tersebut dapat dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Ada suatu nilai ketentuan untuk mengukur realibilitas dengan kriteria yang digunakan yaitu dengan uji statistik *Cronbach Alpha* $>$ 0.60. Sehingga apabila diperoleh nilai *cronbach alpha* $>$ 0.60 maka dapat dinyatakan reliabel.

Tabel 4.7
Uji Reliabilitas

Variabel	N of items	Cronbach Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X)	10 Item Pernyataan	0.863	Reliabel
Kepuasan Nasabah (Y)	6 Item Pernyataan	0.704	Reliabel

Sumber : Data primer yang diolah, 2017

Dapat dilihat dari tabel tersebut bahwa seluruh variabel yang ada dalam penelitian ini memiliki nilai *Cronbach Alpha* $>$ 0.60 sehingga dapat dinyatakan reliabel.

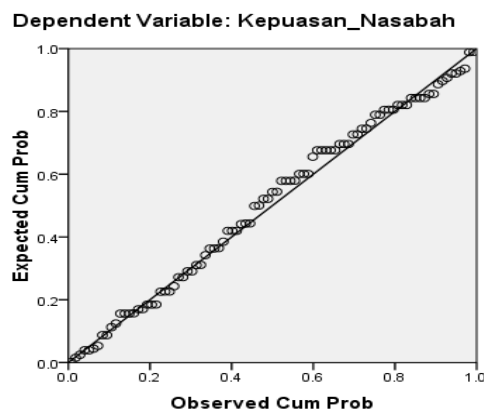
4.3 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah suatu model regresi dari variabel dependen dan variabel independen atau keduanya memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang terdistribusi secara normal. Uji normalitas residual dengan metode grafik yaitu dengan melihat penyebaran data pada sumbu diagonal pada grafik *Normal P-P Plot of regression standardized residual*, jika titik-titik menyebar sekitar garis dan mengikuti garis diagonal maka nilai residual tersebut telah normal. Kemudian pada tabel *test of normality* dengan menggunakan *Kolmogorov-Smirnov* jika nilai signifikansi lebih dari 0,05 maka data berdistribusi normal. Berikut ini uji normalitas yaitu sebagai berikut :

Gambar 4.1
Kurva Normal Probability P-Plot

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Sumber : Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan gambar 4.1 tersebut, dapat dilihat bahwa grafik normal P-Plot menunjukkan jika sebaran data berada pada posisi disekitar daerah garis lurus dan mengikuti garis diagonal yang membentuk garis miring dari arah kiri ke kanan atas yang menunjukkan bahwa data terdistribusi normal

Tabel 4.8
Uji Normalitas *Kolmogorov-Smirnov* untuk Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		91
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.30827906
Most Extreme Differences	Absolute	.073
	Positive	.044
	Negative	-.073
Kolmogorov-Smirnov Z		.695
Asymp. Sig. (2-tailed)		.719
a. Test distribution is Normal.		

Sumber : Data primer yang diolah, 2017

Pada tabel 4.8 tersebut dapat diketahui bahwa hasil uji *Kolmogorov-Smirnov* menunjukkan nilai yang signifikan yaitu 0,71 yang berarti lebih besar dari 0,05 ($0,71 > 0,05$). Dengan demikian residual data telah terdistribusi normal dan model regresi telah memenuhi asumsi normalitas.

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain. Regresi yang baik seharusnya tidak terjadi heteroskedastisitas. Dalam uji heteroskedastisitas ini, metode yang digunakan adalah uji glejser dengan ketentuan jika nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolut residual lebih dari 0,05 maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

Tabel 4.9
Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.288	.169		1.704	.092
	Kualitas Pelayanan	-.009	.039	-.024	-.228	.820

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber : Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.9 diatas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi variabel independen sebesar 0,820 yang berarti lebih besar dari 0,05, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi.

3. Uji Linieritas

Uji linieritas digunakan untuk mengetahui linieritas data, yaitu apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak. Dua

variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier bila signifikansi (*Linearity*) kurang dari 0,05.

Tabel 4.10
Hasil Uji Linieritas

ANOVA Table

	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan_Nasabah * Between Groups	10.106	18	.561	5.942	.000
Kualitas_Pelayanan Linearity	8.356	1	8.356	88.432	.000
Deviation from Linearity	1.750	17	.103	1.089	.381
Within Groups	6.803	72	.094		
Total	16.909	90			

Sumber : Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.10 diatas, dapat diketahui jika nilai signifikansi pada *Linearity* sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi $< 0,05$ maka dapat dikatakan bahwa antara variabel kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terdapat hubungan yang linier.

4.4 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk mengukur rata-rata jawaban responden dari setiap variabel. Kemudian hasilnya dikategorikan sebagai berikut :

1,00 – 1,80 = Sangat Tidak Setuju

1,80 – 2,60 = Tidak Setuju

2,61 – 3,40 = Netral

3,41 – 4,20 = Setuju

4,21 – 5,00 = Sangat Setuju

1. Jawaban Responden terhadap variabel Kualitas Pelayanan (X)

Hasil rekapitulasi jawaban responden terhadap variabel kualitas pelayanan yaitu sebagai berikut :

Tabel 4.11

Hasil Analisis Deskriptif Jawaban Responden terhadap Variabel Kualitas Pelayanan (X)

Pernyataan	Jawaban Responden					Jumlah Responden	Jumlah Jawaban	Rata-rata
	STS	TS	N	S	SS			
	1	2	3	4	5			
1	0	2	6	41	42	91	396	4,35
2	0	1	9	46	35	91	388	4,26
3	0	2	12	51	26	91	374	4,10
4	0	1	12	41	37	91	387	4,25
5	0	2	21	29	39	91	378	4,15
6	0	2	9	29	51	91	402	4,41
7	0	1	8	35	47	91	401	4,40
8	0	1	14	33	43	91	391	4,29
9	0	0	11	31	49	91	402	4,41
10	0	0	8	30	53	91	409	4,40
Jumlah	0	12	110	366	422	910	3928	4,3

Sumber : Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.11 diatas, dapat dilihat bahwa rata-rata jawaban responden terhadap variabel kualitas pelayanan (X) adalah sebesar 4,3. Hal

ini menunjukkan jika variabel kualitas pelayanan berada pada posisi sangat setuju. Dengan itu, maka dapat dijelaskan bahwa kualitas pelayanan yang ada pada Bank Syariah Mandiri sudah sangat baik.

2. Jawaban Responden terhadap variabel Kepuasan Nasabah (Y)

Berikut hasil rekapitulasi jawaban responden terhadap variabel

Kepuasan Nasabah (Y) :

Tabel 4.12

**Hasil Analisis Deskriptif Jawaban Responden terhadap Variabel
Kepuasan Nasabah (Y)**

Pernyataan	Jawaban Responden					Jumlah Responden	Jumlah Jawaban	Rata-rata
	STS	TS	N	S	SS			
	1	2	3	4	5			
1	0	0	6	42	43	91	401	4,40
2	0	0	7	36	48	91	405	4,45
3	0	1	6	39	45	91	401	4,40
4	0	0	5	32	54	91	413	4,53
5	0	0	5	35	51	91	410	4,50
6	0	8	19	38	26	91	355	3,90
Jumlah	0	9	48	222	267	546	2385	4,36

Sumber : Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.12 diatas, dapat diketahui jika rata-rata jawaban responden untuk variabel kepuasan nasabah (Y) adalah sebesar 4,36. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel kepuasan nasabah (Y) berada pada

posisi sangat setuju, artinya dapat dijelaskan bahwa nasabah sudah merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Bank Syariah Mandiri.

4.5 Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan secara linier antara satu variabel independen dengan satu variabel dependen. Hasil analisis regresi linier sederhana dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.13
Analisis Regresi Linier Sederhana

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.668	.291		5.722	.000
Kualitas Pelayanan	.626	.067	.703	9.325	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber : Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel *coefficient* 4.13 diatas pada kolom B terdapat nilai constant (a) adalah 1,668 sedangkan untuk variabel kualitas pelayanan (b) adalah sebesar 0,626 sehingga persamaan regresinya dapat dijelaskan sebagai berikut :

$$Y' = 1,668 + 0,626X + 0,291$$

1. Konstanta (a) adalah sebesar 1,668 , ini dapat diartikan jika kualitas pelayanan atau nilai $X = 0$ dianggap konstan, maka nilai kepuasan nasabah sebesar 1,668.

2. Nilai koefisien regresi variabel kepuasan nasabah (b) bernilai positif sebesar 0,626. Artinya jika terjadi peningkatan atau penambahan kualitas pelayanan maka kepuasan nasabah juga akan meningkat sebesar 0,626. Sebaliknya jika angka ini bernilai negatif maka kualitas pelayanan akan menurun sebesar 0,626.
3. *Standard error* sebesar 0,291 menunjukkan data yang diberikan hanya akan mengalami penyimpangan sebesar 0,291 dari skala 1. Semakin kecil angka *standard error* nya maka kemungkinan penyimpangannya juga akan semakin kecil, artinya data yang diberikan akan semakin akurat.

4.6 Pengujian Hipotesis

1. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independen (kualitas pelayanan) terhadap variabel dependen (kepuasan nasabah).

Tabel 4.14
Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.703 ^a	.494	.488	.31001

a. Predictors: (Constant), Kualitas_Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan_Nasabah

Sumber : Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan keterangan tabel 4.14 diatas, menunjukkan bahwa variabel independen dapat mempengaruhi variabel dependen sebesar 49,4% sedangkan sisanya 50,6% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang

tidak dijelaskan dalam penelitian ini. Hal tersebut menjelaskan bahwa masih terdapat variabel independen lainnya yang mempengaruhi kepuasan nasabah.

2. Uji t atau Parsial

Uji t atau parsial pada dasarnya digunakan untuk menunjukkan pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Besarnya angka t_{tabel} dengan ketentuan sig 0,05 dan $dk = (n-1)$ yaitu $(91-1) = 90$ sehingga diperoleh ketentuan nilai t_{tabel} sebesar 1,987.

Tabel 4.15
Uji t atau Parsial

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.668	.291		5.722	.000
Kualitas Pelayanan	.626	.067	.703	9.325	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber : Data primer yang diolah, 2017

Dari tabel *coefficients* 4.15 diatas menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 9,325 yang artinya $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($9,325 > 1,987$) dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 diterima, yang artinya kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap

kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang 16 Ilir Palembang, dengan demikian hipotesis terbukti.

4.7 Hasil dan Pembahasan

Menurut Lewis dan Booms yang dikutip oleh Fandy Tjiptono mengemukakan bahwa kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Kualitas pelayanan bisa diwujudkan melalui pemenuhan dan keinginan nasabah serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan nasabah. Apabila layanan yang diberikan sesuai dengan harapan nasabah, maka kualitas layanan tersebut akan dipersepsikan baik atau positif oleh nasabah. Begitu juga sebaliknya, apabila layanan yang dirasakan lebih jelek dari yang diharapkan, maka kualitas layanan dipersepsikan negatif atau buruk.

Berdasarkan analisis data yang telah diuji dalam penelitian ini, maka dapat dijelaskan bahwa ada pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Jika kualitas pelayanan semakin meningkat maka kepuasan nasabah juga akan semakin tinggi. Hal ini terbukti dari hasil analisis uji t yang menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 9,325 dengan taraf signifikansi 0,000.

Hal tersebut didukung dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Irma Fidiyanti (2013), Munica Apriani (2011), dan Yuzza Bayhaqi (2006) yang menunjukkan hasil bahwa kualitas pelayanan berpengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Dengan demikian, dari penjelasan secara teori dan hasil statistik diketahui bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang 16 Ilir Palembang. Dengan adanya peningkatan kualitas pelayanan dari Bank Syariah Mandiri maka hal tersebut dapat mempengaruhi kepuasan nasabah sehingga nasabah akan semakin merasa senang dan puas terhadap layanan yang diberikan oleh Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang 16 Ilir Palembang.

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dibuktikan, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang 16 Ilir Palembang. Jika kualitas pelayanan semakin meningkat maka kepuasan nasabah juga akan meningkat, sebaliknya jika kualitas pelayanan yang ada di Bank Syariah Mandiri semakin menurun maka kepuasan nasabah juga dapat menurun.

5.2 Saran

Adapun beberapa saran yang dapat diberikan oleh peneliti adalah sebagai berikut :

1. Bagi Pihak Bank

Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang 16 Ilir Palembang harus lebih meningkatkan dan mempertahankan kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah baik dari segi fasilitas maupun karyawan agar dapat meningkatkan kepuasan nasabah dan membuat citra yang semakin baik di mata para nasabah. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan untuk pengetahuan nasabah pada perbankan syariah, serta menambah wawasan masyarakat sebagai bacaan ilmiah.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Kinerja yang dimiliki Perbankan Syariah yang berpengaruh terhadap kepuasan nasabah tidak hanya faktor pelayanan saja. Sehingga disarankan bagi peneliti selanjutnya agar dapat menggunakan data yang lebih banyak lagi, sehingga hasil penelitiannya lebih baik. Selain itu objek yang dipakai dalam penelitian ini masih satu perbankan sehingga diharapkan peneliti yang akan datang mengambil dari beberapa perbankan syariah yang ada di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

Aryani, Dwi & Febrina Rosinta. *Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan*. *Bisnis & Birokrasi, Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*, Mei-Agus 2010 Volume 17 Nomor 2, hlm. 114-126, ISSN 0854-3844.

Al Arif, M. Nur Rianto. *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung : ALFABETA, CV 2012.

Apriani, Munica. Skripsi. *Analisis Pengaruh Fasilitas, Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Mereferensikan (Studi Kasus Pada Konsumen Jasa Pelayanan Cuci Sepeda Motor dan Mobil Star Clean di Semarang)*. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang. 2011.

Bayhaqi, Yuzza. Tesis. *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, dan Keunggulan Produk terhadap Kepuasan Pelanggan dan Dampaknya Pada Minat Membeli Ulang (Studi Kasus: Pada Auto Bridal Semarang)*. Magister Manajemen. Program Pascasarjana Universitas Diponegoro Semarang. 2006.

Duwi, Priyatno. *Spss 22: Pengolahan Data Terpraktis*, Yogyakarta : C.V Andi Offset. 2014.

Exmawati, Septiana Dwi. Skripsi. *Pengaruh Pelayanan dan Keunggulan Produk terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Muamalat Tulungagung*. Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung. 2014.

Fidiyanti, Irma. Skripsi. *Pengaruh Kualitas Layanan Atm Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Kcp Perak Surabaya*. Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negeri Sunan Ampel. Surabaya. 2013.

Ghazali, Imam. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu. 2006.

Hidayat, Rachmad. *Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri*. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, Vol.11, No. 1, Maret 2009: 59-72

<http://eprints.undip.ac.id/29246/1/Skripsi002.pdf> diakses pada tanggal 19 Februari pukul 14.00

http://eprints.undip.ac.id/16507/1/ARI_WIJAYANTI.pdf diakses pada tanggal 4 maret 2017 pukul 21 : 44

Islamiati, Sri. Tugas Akhir. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Customer Service terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. BRI Syariah Kantor Cabang A.*

Rivai Palembang. Jurusan DIII Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang. 2016.

Kasmir. *Kewirausahaan*. Jakarta : PT RajaGrafindo Persada. 2014.

Kasmir. *Pemasaran Bank*. Jakarta : Kencana. 2010.

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

Lupiyoadi, Rambat & A, Hamdani. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat 2008.

Mulyati, Eka. Tugas Akhir. *Kepuasan Nasabah pada PT. BPRS AL Falah Sukajadi*. Jurusan D3 Perbankan Syariah fakultas Syariah IAIN Raden Fatah Palembang. 2010

Nazir. *Metode Penelitian*. Bogor : Ghalia Indonesia. 2011.

Sunyoto, Danang. *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta : CAPS. 2012.

Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : Andi Offset. 2013.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : ALFABETA. 2016

Siregar, Syofian. *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*, Jakarta : Kencana. 2013.

Tjiptono, Fandy. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta : C.V ANDI OFFSET. 2014.

Umammah, Choiratul. Tugas Akhir. *Pengaruh Kualitas Layanan Mobil Kas Keliling terhadap Kepuasan Nasabah bank sumsel babel syariah cabang palembang (survei pada mahasiswa uin raden fatah palembang)*. Jurusan DIII Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Isam UIN Raden Fatah Palembang. 2016.

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Riwayat Hidup

Lampiran 2 Daftar Konsultasi

Lampiran 3 Surat Izin Penelitian

Lampiran 4 Kuesioner

Lampiran 5 Daftar Jawaban Responden

Lampiran 6 Distribusi Responden

Lampiran 7 Hasil Uji Validitas dan Realibilitas

Lampiran 8 Hasil Uji Asumsi Klasik

Lampiran 9 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana dan Uji Hipotesis

Lampiran 10 Tabel r *Product Moment*

Lampiran 11 Tabel Distribusi t

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Fitri Madona

NIM : 14180079

Jurusan / Fakultas : D3 Perbankan Syariah / Ekonomi dan Bisnis Islam

Jenis Kelamin : Perempuan

Tempat, Tanggal Lahir : Prabumulih, 06 Februari 1997

Agama : Islam

Status : Belum Menikah

Alamat : Jl. Toman RT/RW 001/002 Kel. Prabujaya Kec.
Prabumulih Timur

Jenjang Pendidikan :

- TK Bhayangkari Prabumulih
- SD Negeri 15 Prabumulih
- SMP Negeri 2 Prabumulih
- SMA Negeri 6 Prabumulih

Demikian daftar riwayat hidup ini dibuat dengan seanehnya untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Palembang, April 2017

Fitri Madona

14180079

**Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank
Syariah Mandiri Kantor Cabang 16 Ilir Palembang**

A. Karakteristik Responden

Petunjuk : Berikan tanda silang (X) pada salah satu pilihan jawaban yang sesuai.

1. Nama :
2. Usia
 - a. Dibawah 20 tahun
 - b. 20-30 tahun
 - c. 31-40 tahun
 - d. 41-50 tahun
 - e. 50 tahun keatas
3. Jenis Kelamin (L/P)
 - a. Laki-laki
 - b. Perempuan
4. Agama
 - a. Islam
 - b. Kristen
 - c. Budha
 - d. Hindu
5. Pekerjaan
 - a. Pegawai Negeri Sipil
 - b. Pegawai Swasta
 - c. Wiraswata/Pedagang
 - d. Pelajar/Mahasiswa
 - e. Lain-lain.....(*sebutkan)
6. Pendidikan Terakhir
 - a. SMA/SMK
 - b. Diploma
 - c. S1
 - d. S2
 - e. Lain-lain.....(*sebutkan)

B. Petunjuk Pengisian

a. Pengisian ini dilakukan dengan memberi tanda centang (√) pada jawaban yang anda anggap sesuai dengan 5 (lima) alternatif jawaban yang dapat anda pilih yaitu :

- 1) STS : Sangat Tidak Setuju
- 2) TS : Tidak Setuju
- 3) N : Netral

- 4) S : Setuju
- 5) SS : Sangat Setuju
- b. Setiap pertanyaan hanya memiliki satu alternatif jawaban.
- c. Setelah mengisi jawaban, mohon periksa kembali agar tidak terjadi pengisian jawaban yang terlewat.

C. Pertanyaan-pertanyaan

Kualitas Pelayanan (X)						
No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
	Tangibles (Bukti Fisik)					
	1. Ruang tunggu di Bank Syariah Mandiri bersih dan nyaman					
	2. Bank Syariah Mandiri menyediakan tempat parkir yang luas dan aman					
	Responsiveness (Daya Tanggap)					
	3. Pegawai berdiri menyambut nasabah memberikan senyuman dan salam					
	4. Melayani nasabah dengan tepat waktu					
	Assurance (Jaminan)					
	5. Sistem keamanan bank sangat baik					
	6. Memberi jaminan terhadap pelayanan yang nyaman, tepat dan teliti					
	Reliability (Kehandalan)					
	7. Tepat dalam memberikan informasi					
	8. Pegawai memberikan solusi atas keluhan yang diajukan nasabah					
	Empathy (Empati)					
	9. Pegawai mempunyai interaksi yang baik dengan nasabah					
	10. Pegawai mengucapkan salam dan terima kasih diakhir					

	layanan.					
--	----------	--	--	--	--	--

Kepuasan Nasabah (Y)						
No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
	Kepuasan Pelanggan Keseluruhan (<i>overall Customer Service</i>) 11. Pelayanan di Bank Syariah Mandiri sangat baik dan memuaskan					
	Dimensi Kepuasan Pelanggan 12. Saya sangat senang dengan para pegawai bank karena sangat ramah dan cepat dalam melayani					
	Konfirmasi Harapan (<i>confirmation of Expectation</i>) 13. Pelayanan yang diberikan pegawai sesuai dengan harapan					
	Niat beli Ulang (<i>repurchase intention</i>) 14. Fasilitas yang ada di Bank sangat lengkap sehingga nasabah akan menggunakan jasa bank kembali					
	Kesediaan untuk Merekomendasi (<i>Willingness to Recommend</i>) 15. Kondisi lingkungan fisik yang menunjang akan membuat kita bersedia untuk merekomendasikan pada orang lain					
	Ketidakpuasan Pelanggan (<i>Customer Dissatisfaction</i>) 16. Pegawai tidak mempersulit ketika hendak bertransaksi					

KUALITAS PELAYANAN (X)

	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10
1	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5
2	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5
3	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5
4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4
5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4
6	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5
7	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5
8	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4
9	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4
10	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5
11	4	4	4	4	5	5	5	5	3	4
12	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5
13	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
14	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5
15	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4
16	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5
17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
18	5	4	4	3	3	4	3	4	5	5
19	5	4	4	3	4	5	4	4	5	5
20	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4
21	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5
22	5	4	4	4	4	5	4	3	4	4
23	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3
24	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5
25	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5
26	4	4	4	3	3	4	5	5	5	5
27	2	3	2	3	3	3	3	5	5	3
28	3	3	3	3	2	3	4	4	3	3
29	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5
30	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4
31	4	4	4	4	4	3	4	4	3	5
32	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
33	4	3	4	3	3	5	4	4	5	5
34	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3
35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
36	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5

37	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5
38	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5
39	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
40	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5
41	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5
42	4	3	5	5	5	5	4	4	4	4
43	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5
44	4	5	4	3	3	4	5	4	4	5
45	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
46	4	5	3	4	3	3	4	4	4	5
47	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
48	3	3	4	4	4	5	3	4	3	4
49	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3
50	4	4	4	5	5	5	3	4	5	5
51	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4
52	4	4	4	5	3	5	4	4	4	4
53	5	5	5	5	3	4	5	5	5	4
54	5	4	3	4	5	5	4	4	4	3
55	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4
56	3	4	4	3	4	3	5	3	4	4
57	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
58	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5
59	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
60	5	3	4	5	5	5	5	4	5	5
61	5	4	3	3	3	4	5	4	3	5
62	4	3	4	4	3	4	4	5	5	5
63	4	4	3	4	4	4	4	3	5	4
64	5	5	4	4	4	5	4	5	5	3
65	4	4	3	5	3	4	5	5	4	5
66	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4
67	5	4	4	4	3	4	5	5	5	4
68	5	4	5	5	4	3	5	5	5	4
69	4	4	4	5	5	5	4	3	4	5
70	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5
71	4	5	4	5	5	5	5	3	5	5
72	5	4	4	4	4	5	5	5	3	5
73	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
74	4	4	4	4	5	4	3	5	4	5
75	4	5	5	5	3	4	5	4	5	4

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

KEPUASAN NASABAH (Y)

	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6
1	5	5	5	5	5	2
2	4	5	5	4	4	4
3	5	5	5	5	5	5
4	5	4	5	4	4	3
5	5	5	5	4	4	4
6	5	5	5	4	4	5
7	5	5	4	5	5	4
8	3	4	5	5	5	4
9	4	4	4	5	5	5
10	5	5	5	5	5	4
11	4	4	5	5	5	5
12	5	5	5	5	5	4
13	4	4	4	3	3	3
14	5	5	5	5	5	5
15	4	5	4	4	4	3
16	4	5	5	4	4	2
17	5	5	5	5	5	2
18	4	4	4	4	4	2
19	4	5	4	4	4	4
20	5	5	5	4	4	4
21	5	4	5	5	4	5
22	5	5	4	5	5	4
23	4	3	3	4	4	3
24	4	4	5	5	5	4
25	4	4	4	5	5	3
26	4	5	5	5	5	3
27	4	4	4	3	3	4
28	4	4	4	3	3	3
29	4	5	4	5	5	4
30	5	5	4	4	4	3
31	4	3	4	4	4	4
32	4	3	3	4	3	3
33	3	4	4	3	4	3
34	3	3	2	5	4	2
35	5	4	3	4	4	5
36	4	3	5	5	4	3

37	4	3	5	4	4	4
38	5	5	5	5	5	5
39	5	5	5	5	5	5
40	5	5	5	5	5	2
41	4	5	5	5	5	2
42	5	5	5	5	5	2
43	5	5	5	5	5	4
44	3	4	4	4	4	5
45	5	4	5	5	5	5
46	4	4	4	4	4	5
47	4	5	4	5	5	4
48	4	4	4	4	4	3
49	3	3	3	3	3	3
50	5	5	4	5	5	5
51	4	4	4	4	4	4
52	4	4	3	5	5	4
53	5	5	5	5	5	3
54	4	4	4	5	5	3
55	3	5	5	4	4	5
56	4	4	4	4	4	5
57	4	4	5	5	5	5
58	4	4	4	5	5	4
59	5	5	5	5	5	4
60	5	5	4	5	5	5
61	5	4	3	5	5	4
62	4	4	4	5	5	5
63	5	5	4	5	5	5
64	4	5	5	4	4	5
65	4	4	4	4	4	4
66	4	5	5	5	5	4
67	4	4	5	4	4	4
68	5	4	5	5	5	4
69	4	4	5	5	5	4
70	5	4	5	5	5	4
71	4	5	5	4	4	5
72	5	5	4	5	5	4
73	5	5	5	5	5	5
74	4	4	4	5	5	4
75	4	5	4	5	5	4

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

Distribusi Responden

Agama

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Islam	83	91.2	91.2	91.2
	Kristen	8	8.8	8.8	100.0
	Total	91	100.0	100.0	

Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pegawai Negeri Sipil	14	15.4	15.4	15.4
	Pegawai Swasta	29	31.9	31.9	47.3
	Wiraswasta/Pedagang	39	42.9	42.9	90.1
	Pelajar/Mahasiswa	5	5.5	5.5	95.6
	Ibu Rumah Tangga	4	4.4	4.4	100.0
	Total	91	100.0	100.0	

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	20-30 tahun	26	28.6	28.6	28.6
	31- 40 tahun	37	40.7	40.7	69.2
	41- 50 tahun	22	24.2	24.2	93.4
	50 tahun keatas	6	6.6	6.6	100.0
	Total	91	100.0	100.0	

Pendidikan_Terakhir

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMA/SMK	45	49.5	49.5	49.5
	Diploma	8	8.8	8.8	58.2
	S1	30	33.0	33.0	91.2
	S2	8	8.8	8.8	100.0
	Total	91	100.0	100.0	

Jenis_Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	47	51.6	51.6	51.6
	Perempuan	44	48.4	48.4	100.0
	Total	91	100.0	100.0	

Uji Validitas

Kualitas Pelayanan (X)

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KP1	38.81	19.220	.647	.844
KP2	38.90	19.557	.614	.847
KP3	39.05	19.764	.550	.852
KP4	38.91	19.392	.596	.848
KP5	39.01	18.522	.606	.848
KP6	38.75	19.280	.577	.850
KP7	38.76	19.296	.640	.845
KP8	38.87	19.694	.504	.856
KP9	38.75	20.147	.490	.857
KP10	38.67	20.157	.531	.854

Kepuasan Nasabah (Y)

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KN1	21.80	5.027	.495	.648
KN2	21.76	4.896	.520	.639
KN3	21.80	5.094	.409	.672
KN4	21.67	4.957	.540	.636
KN5	21.70	4.767	.621	.611
KN6	22.31	5.126	.191	.774

Uji Realibilitas

Kualitas Pelayanan (X)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.863	10

Kepuasan Nasabah (Y)

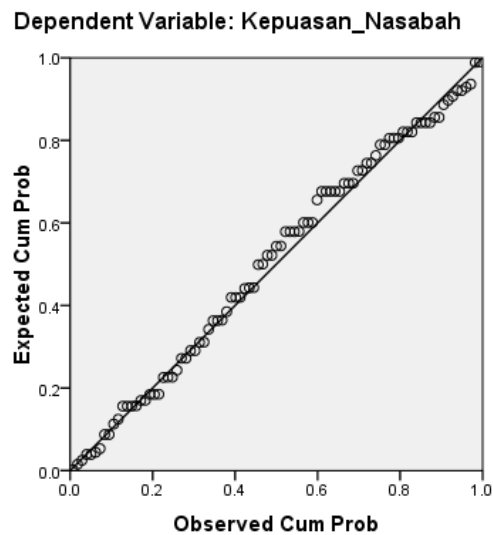
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.704	6

Uji Asusmsi Klasik

Uji Normalitas Kurva Normal Probability P-Plot

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Uji Normalitas Kolmogorov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		91
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.30827906
Most Extreme Differences	Absolute	.073
	Positive	.044
	Negative	-.073
Kolmogorov-Smirnov Z		.695
Asymp. Sig. (2-tailed)		.719
a. Test distribution is Normal.		

Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.288	.169		1.704	.092
	Kualitas Pelayanan	-.009	.039	-.024	-.228	.820

a. Dependent Variable: ABS_RES

Uji Linieritas

ANOVA Table

	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan_Nasabah * Kualitas_Pelayanan	10.106	18	.561	5.942	.000
Between Groups					
Linearity	8.356	1	8.356	88.432	.000
Deviation from Linearity	1.750	17	.103	1.089	.381
Within Groups	6.803	72	.094		
Total	16.909	90			

Analisis Regresi Linier Sederhana

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.668	.291		5.722	.000
	Kualitas Pelayanan	.626	.067	.703	9.325	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Uji Hipotesis

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.703 ^a	.494	.488	.31001

a. Predictors: (Constant), Kualitas_Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan_Nasabah

Uji t atau Parsial

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.668	.291	5.722	.000
	Kualitas_Pelayanan	.626	.067	.703	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan_Nasabah